LE MAGAZINE PROFESSIONNEL DES ACTEURS DU MARCHÉ FORME-SANTÉ-BIEN-ÊTRE

FITNESS CHALLENGES

FÉVRIER 2014_09#

PRECOR

Scannez ce code ou recherchez **‘Precor easygym’** pour découvrir la vidéo d’une installation Européenne majeure.

precor.com

T: 04 74 99 08 43 **E:** info@precor.fr

LE MAGAZINE PROFESSIONNEL DES ACTEURS DU MARCHÉ FORME-SANTÉ-BIEN-ÊTRE

FITNESS CHALLENGES

EN PARTENARIAT AVEC
EHFA
European Health & Fitness Association

FÉVRIER 2014_09#

Coach

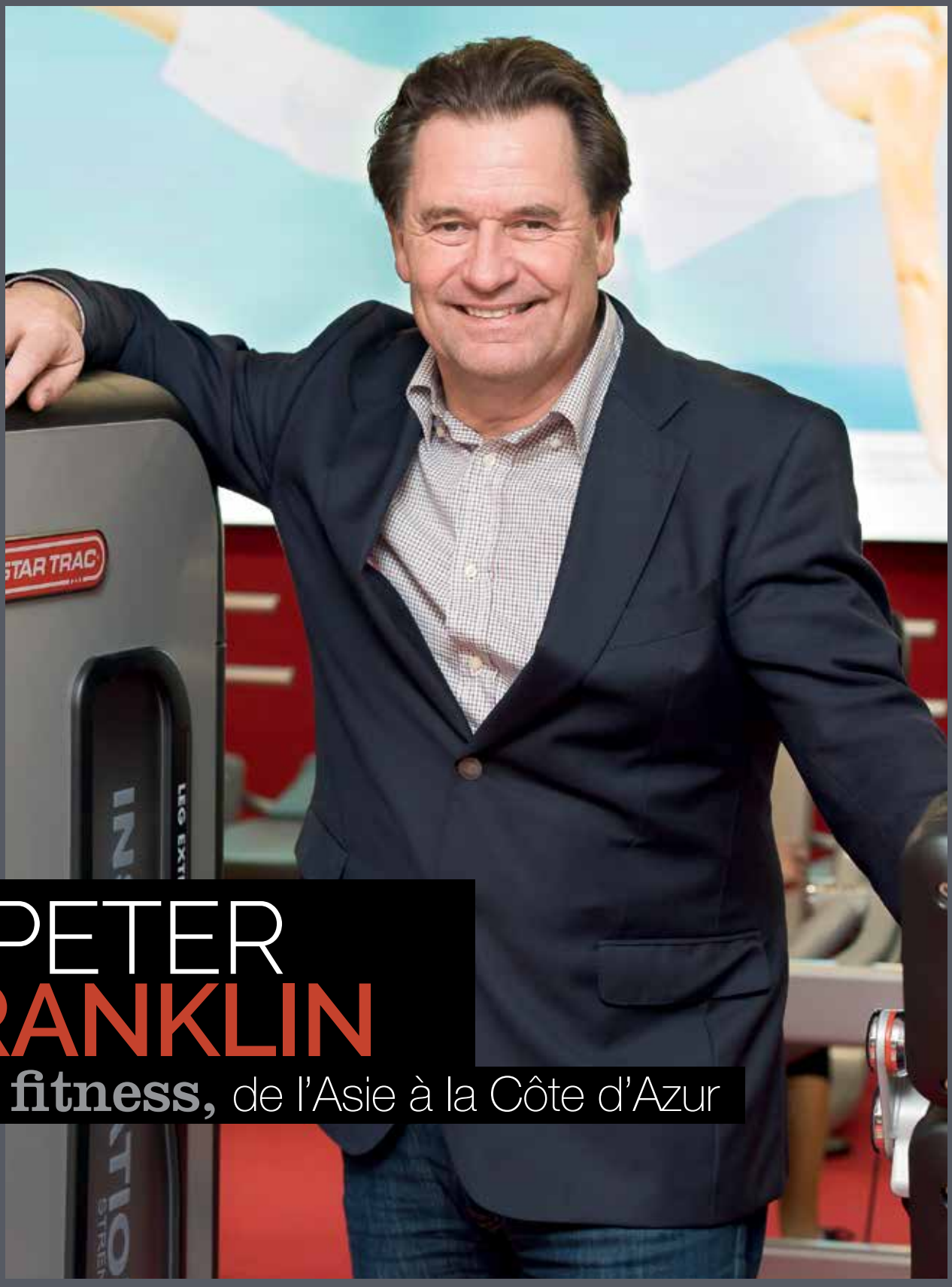
Changez d'état d'esprit MAINTENANT !

Économie

Le virement SEPA, mode d'emploi

Rencontre

Matt O'Toole, président de Reebok monde



PETER FRANKLIN

Le fitness, de l'Asie à la Côte d'Azur

WELLNESS ON THE GO

UNITY™ est la première plate-forme ouverte Android équipée d'un écran tactile que vos membres peuvent utiliser comme une tablette pour faire glisser, défiler l'affichage et passer d'une activité à l'autre.

L'appli **mywellness** transforme chaque séance d'entraînement en une expérience plus personnelle, divertissante et efficace. L'utilisateur peut gérer sa propre routine d'entraînement, suivre ses résultats et accéder à ses données partout. Mywellness app est une application gratuite pour les appareils fonctionnant sous Android et Apple.

Restez informé sur **www.technogym.com/wellnessonthego**

FRANCE - TECHNOGYM FRANCE SAS
Tél. 01 45 29 90 00 - E-mail: info@technogym.fr
OTHER COUNTRIES - TECHNOGYM SpA
Ph. +39 0547 650111 - E-mail: info@technogym.com

L'EXPERIENCE WELLNESS PARTOUT, TOUS LES JOURS.

Gérez les activités wellness de vos membres à l'intérieur et à l'extérieur du club avec Technogym.

SUR LA ROUTE / MOBILE

DANS LE CLUB / UNITY™

A DOMICILE / PC-SMART TV

TECHNOGYM®
The Wellness Company

édito

Une belle année !

Il paraît que les années paires sont meilleures ! Eh bien c'est tout le mal que la rédaction de *Fitness Challenges* et moi-même, vous souhaitons pour cette année 2014 !
Nous sommes déjà en février mais cela ne nous empêche pas de vous présenter, à vous tous, chers lecteurs, nos vœux de santé et de sérénité.

Vous remarquerez que vous recevez votre magazine préféré en avance. Il y a une raison toute simple à cela : grâce à votre soutien et à votre fidélité, nous avons le grand plaisir de vous annoncer que *Fitness Challenges* magazine, toujours plus plébiscité par la profession, paraîtra dorénavant tous les deux mois. Il devient ainsi l'unique magazine bimestriel de la profession. C'est, pour nous, une véritable récompense que de vous accompagner plus régulièrement en vous informant sur l'évolution de votre métier.

Nous avons, en ce début d'année, signé un partenariat avec EHFA (European Health & Fitness Association), organisme européen qui œuvre pour la promotion du fitness avec, notamment, comme promesse :
MORE PEOPLE | MORE ACTIVE | MORE OFTEN.
Vous retrouverez donc régulièrement dans nos colonnes les expériences et les innovations de nos voisins anglais, allemands ou espagnols…

Nous souhaitons ainsi vous faire partager l'évolution du marché européen et vous accompagner au plus près dans la gestion de vos activités.

Enfin, n'oubliez pas ! Maintenant que nous réalisons, pour vous, un congrès en France, avec nos partenaires et de grands experts du marché du fitness dans le monde, inscrivez-vous, ainsi que vos proches collaborateurs, rapidement, pour bénéficier des meilleures conditions possibles.

1er CONGRÈS FITNESS CHALLENGES
Le Fitness 2.0 ou l'ère d'une nouvelle industrie
19 & 20 JUIN 2014
Palais des congrès Aix-en-Provence
www.fitness-challenges.com

Pierre-Jacques DATCHARRY
pjd@fitness-challenges.com

Professionnel du secteur depuis plus de 15 ans, **Pierre-Jacques DATCHARRY** a un parcours dans le monde du fitness très riche. Il découvre l'univers du fitness en 1996 lorsqu'il intègre le Groupe 76, organisateur des salons Mondial Body Fitness et Rééduca, et éditeur des revues *FMT Médical* et *Vive La Forme*. Il collabore pendant huit ans au magazine *Vive La Forme*, tout en étant commissaire général des salons. En 2004 et pendant six ans, il est directeur général adjoint de la société Les Mills Euromed/Planet Fitness pour qui il lance, en mars 2009, le magazine *Planet Fitness Management*. En 2012, il crée *Fitness Challenges Magazine*.

09#_FÉVRIER 2014

08 **news**
12 **annonces**
16 **agencement**
Y a-t-il un réseau social dans la salle ?
20 **parcours**
Peter Franklin
Le fitness, de l'Asie à la Côte d'Azur

Retour sur le parcours de cet acteur du fitness que nous avions rencontré en février 2009 lorsqu'il ne possédait que 3 clubs !

26 **coach**
Coach des femmes de 50 ans
30 **économie**
Le virement SEPA, mode d'emploi
34 **le club**
Wake Up Form,
le club qui veut parler à tout le monde
38 **coach**
La prise en charge de la femme enceinte
42 **european news**
EHFA & FIBO lancent le 1er forum européen sur la santé et le fitness !
44 **horizons**
La Patrouille de France
46 **rencontre**
Matt O'Toole, président de Reebok monde
48 **coach**
Changez d'état d'esprit MAINTENANT !
52 **interview**
Denis Daon, directeur général de Matrix France
56 **dossier**
Princing [2] ou l'art de gagner plus…
58 **formation**
Fitness Challenges Formations
60 **zoom**
Z'Fitness, les nouveaux cours en vidéo

FITNESS CHALLENGES www.fitness-challenges.com

Ce magazine est diffusé à 8 000 exemplaires auprès de :
3800 clubs* de fitness, 200 clubs corporates, 1000 hôtels et palaces,
400 centres de thalasso et de balnéothérapie, 2000 instructeurs et responsables fitness,
600 points de distribution collectifs : Creps, écoles, universités, collectivités locales…

**France, Belgique, Suisse et Maghreb*

Fitness Challenges est édité par MD MEDIA
Directeur de la publication : Pierre-Jacques Datcharry
Secrétaire de rédaction : Carine Eckert
Rédacteurs : Alain Eidel, Emmanuel Vincent, Mourad Boukhari, Évelyne Frugier, Andy Poiron, Christian Saugy, Sandra Franrenet, Thomas Pontiroli, Pierre-Jacques Datcharry
Directrice artistique : Sophie de Dinechin
Mise en page : soda-communication.com
Photos : Vanessa Denonfoux-Pourret, Presswall, Fotolia, DR
Publicité : publicite@fitness-challenges.com

Éditeur : MD MEDIA
730, rue Pierre Simon Laplace 13855 Aix-en-Provence cedex 3
04 84 25 80 22

Tous droits de reproduction, textes et illustrations, même partiels, restent soumis à l'autorisation préalable de son directeur de la publication. Les opinions ou prises de position exprimées dans les rédactionnels n'engagent que la responsabilité des auteurs.

ISSN 2268-5847

Prix : 9 €
Exemplaire offert

RESAMANIA

LE LOGICIEL DE GESTION DE CLUB

OFFRE SPECIALE

Salon Body Fitness Form'expo 2014

Nous vous accueillons sur notre stand

D108

PLANIFICATION & RÉSERVATION EN LIGNE

PRÉLÈVEMENT AUTO & PAIEMENT EN LIGNE

PLATEFORME DE COMMUNICATION

SERVICE & PERSONNALISATION

* Pour tout nouveau club s'engageant du 21 au 23 mars 2014 pendant le salon Body Fitness Form'Expo, Porte de Versailles, Paris.

BASE CLIENTS & PROSPECTS (CRM)

CONTRÔLE D'ACCÈS

GESTION DES FORFAITS & MODULE DE CAISSE

ANALYSE & STATISTIQUES

CAISSE ENREGISTREUSE TACTILE - CONTRÔLE D'ACCÈS - SERRURES DE CASIER À BADGE

FORMATION, SUPPORT, MAINTENANCE, HÉBERGEMENT

Une offre à la carte, un service et un accompagnement au quotidien

Plus d'infos sur : www.resamania.fr

Contactez-nous : 01 84 17 33 70 - Email : contact@resamania.fr

facebook.com/resamania - twitter.com/resamania

En partenariat avec : LESMILLS GUNNEBO

SALON MONDIAL BODY FITNESS 2014

21, 22 et 23 mars
Paris Expo - Porte de Versailles

ARTIS#

TECHNOGYM I STAND C050

Pour la première fois en France, Technogym présente **ARTIS**, lors du salon Body Fitness 2014.
ARTIS est la première collection au monde composée d'appareils cardio et de musculation, mais aussi pour l'entraînement fonctionnel. Avec sa ligne complète de 30 produits, ARTIS réunit le meilleur du design, de l'ingénierie biomécanique, de la technologie interactive et du développement durable.

Présentation sur rendez-vous
Contact : info@technogym.fr

SYNRGY360#

LIFE FITNESS I STANDS C110 • C118

> Pour un entraînement polyvalent

Life Fitness présente un nouveau concept unique en son genre : **Synrgy360**. Le concept Synrgy360 est bien plus qu'une façon de s'entraîner : il réunit un équipement polyvalent, des accessoires et il offre des possibilités infinies de s'entraîner plus efficacement. Ce centre névralgique d'entraînement est pluridisciplinaire : il peut être adapté pour répondre aux besoins d'un grand nombre d'utilisateurs et aux objectifs qu'ils se sont fixés. Il facilite la pratique des dernières tendances fitness dans les clubs car il permet de s'entraîner en small group training ou en toute liberté.

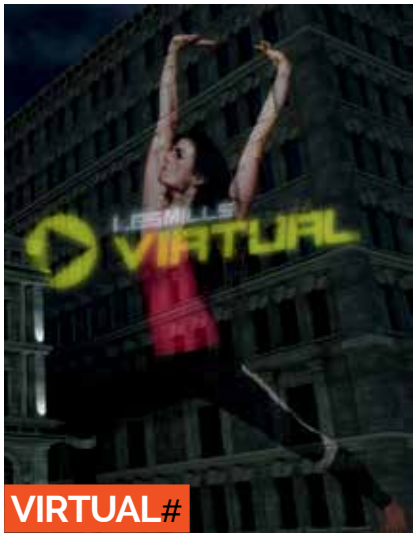
www.lifefitness.fr

WATTBIKE#

CONCEPT 2 I STAND B013

Le vélo **Wattbike** est le complément idéal à un cours de biking. Il est équipé du logiciel Power Cycling, qui permet de connecter jusqu'à 12 vélos. Chaque utilisateur peut suivre ses propres zones d'entraînement basées sur la puissance, la performance de pédalage… L'ensemble des données s'affiche sur un grand écran en temps réel. Cette technologie permet de s'entraîner dans un groupe de différents niveaux et offre au coach la possibilité de prodiguer des conseils adaptés à chacun.

www.concept2.fr



VIRTUAL#

LES MILLS™ I STANDS C085 • C093 • C097

Vibrer au rythme de ses envies, c'est possible avec **Les Mills™ Virtual** ! On profite de la qualité des chorégraphies, des musiques et des coaches Les Mills™ sur un écran au gré de ses envies et disponibilités. On amplifie les activités selon les créneaux de la journée. Choisir son activité en fonction de son agenda devient possible et facile !

MOVING COMFORT#

MOVING COMFORT I STAND B013

Créé en 1977 en Californie, **Moving Comfort** est leader des sous-vêtements sportifs féminins en magasins spécialisés sur le marché américain. Lancée en France en 2012, la marque propose une gamme complète et technique de 20 brassières totalement adaptées au running et à toutes les disciplines sportives qui requièrent soutien et confort. Moving Comfort présentera également des vêtements fitness, dont un débardeur technique et « écolo » fabriqué à partir de grains de café recyclés !

WIRELESS#

COMPEX I STAND B017

C'est le premier électro stimulateur sans fil pour l'entraînement de toutes les zones du corps. Le **Compex Wireless** est très simple d'utilisation et de configuration, et est doté d'un confort optimal. Il bénéficie d'une connexion Internet qui permet de télécharger des objectifs et des programmes. L'utilisateur sélectionne son objectif d'entraînement et choisit son programme dans le calendrier en ligne. C'est un vrai complément pour les sportifs assidus et les compétiteurs.

MYF VIDEO#

MOVE YOUR FIT VIDÉO I STAND A045

MYF Video propose la diffusion de cours de fitness en vidéo, sur écran de télévision ou vidéo projecteur. Ce concept novateur, lancé par Move Your Fit il y a quatre ans, a été créé pour combler un manque évident dans de nombreuses entreprises comme les salles de fitness, les hôtels ou toute autre structure souhaitant proposer une large gamme de cours de fitness à ses clients et/ou à son personnel, à toute heure de la journée. Grâce à une borne tactile révolutionnaire, vous choisissez de suivre le programme de fitness qui vous convient, vous êtes autonome.
Les cours sont dispensés par des coaches de renommée internationale. Leur expérience de la caméra vous donnera l'impression d'un vrai cours réalisé en direct !

www.myf-video.com

ACTECH#

ACTECH I STAND C070

Alain Eidel, spécialiste de l'agencement et de l'aménagement des clubs de fitness, sera présent au Mondial Body Fitness, sur le stand ACTECH. Vous pouvez prendre rendez-vous avec lui pour bénéficier d'un entretien privé lors des trois jours du salon.

Tél. : + 352 621 323 885
E-mail : mag@actechpro.com

VITA COCO#

VITA COCO I STAND B077

> Le petit plus des entraînements !

Vita coco est l'eau de coco la plus vendue dans le monde et ce n'est pas un hasard. Mais qu'est-ce que l'eau de coco ? Imaginez les plages brésiliennes, les cocotiers et de jeunes noix de coco bien vertes. Un coup de machette et hop vous dégustez cette eau extrêmement riche en sels minéraux et notamment en potassium (il y en a plus que dans une banane). De retour à Paris. Ouf, il vous reste Vita coco ! On récapitule : moins de 50 calories/brique, zéro colorant, zéro conservateur, une super dose de potassium et une boisson ultra désaltérante.
La nouveauté de cette année est dans son format : l'eau de coco Vita coco est désormais disponible en pack d'un litre ! Et pas besoin de machette pour s'hydrater !

vitacoco.com/fr

NORDIQUE FRANCE

Sauna - Hammam - Spa - Fitness

La passion du bien être depuis 40 ans

NORDIQUE FRANCE VOUS ACCOMPAGNE DANS LA RÉALISATION DE VOTRE PROJET.

DE LA CONCEPTION À L'INSTALLATION, NOUS VOUS CONSEILLERONS POUR QUE VOTRE RÊVE DEVIENNE ENFIN UNE REALITÉ.

6 showrooms et un large réseau de revendeurs

(+33) 01 30 91 01 50
www.nordiquefrance.com

TYLÖ®
for the senses

SALON MONDIAL BODY FITNESS 2014

21, 22 et 23 mars
Paris Expo - Porte de Versailles

> Entrée :
8 € en prévente sur **www.vivelaforme.com**
ou **12 €** sur place.

Halls 6 et 8 du Parc des Expositions de Paris Porte de Versailles.

> Accès :
Métro Porte de Versailles (ligne 12)
ou Balard (ligne 8)
Bus 80 ou PC 1
Tramway T 3
Vélib station n° 15049

PREVA® & les autres !#

PRECOR I STAND C022

Ce salon sera l'occasion de présenter en première européenne, les nouvelles machines de musculation à charge guidée de la gamme Discovery™ Selectorized. Ces nouvelles machines, fabriquées en Caroline du Nord (USA), viennent en complément de la gamme existante en offrant une cinématique différente. **PREVA®** sera à l'honneur avec son lot de nouvelles applications pour faciliter la vie des gestionnaires de salle et motiver les adhérents à une meilleure fréquentation.

www.preva.com/fr-fr

L'AQUA STAND UP®#

LEADERFIT I STAND B033

Un nouvel aquasport des plus ludique ! **L'Aqua Stand Up®** est un cours qui se déroule pendant 30 à 45 minutes, sur un paddle, avec des exercices préchorégraphiés. L'activité permet de solliciter l'ensemble des groupes musculaires du corps grâce à l'instabilité de la planche, mais avec des exercices ciblés cuisses et fessiers.

MULTIFORM'#

MULTIFORM' I STAND C011

> Conception et fabrication française

La société **Multiform'** a aujourd'hui 20 ans. Elle possède une longue expérience dans le domaine de la musculation, de la conception à la commercialisation des produits en passant par leur mise au point et leur fabrication. Parallèlement, les procédés de fabrication ont considérablement évolué durant ces dernières années et l'entreprise a investi dans un outil de travail moderne et performant. Sa vigilance se porte également sur les normes environnementales dans le cadre de la fabrication des machines et sur les normes de sécurité qui concernent l'utilisation des appareils.
Ce sont tous ces points qui font de Multiform' la société qu'elle est aujourd'hui : dynamique, innovante et responsable.

www.multi-form.fr

MAGNUM#

MATRIX I STAND C045

> La gamme Magnum, un équipement haute performance

La gamme **Magnum** s'adresse à un public exigeant à la recherche d'un équipement durable, aux finitions soignées de haute résistance, avec une ergonomie permettant un confort maximum. Magnum représente des équipements de musculation de qualité.

fr.matrixfitness.com

BOXMASTER®#

STAR TRAC I STAND A028

Le **BoxMaster®**, la vraie révolution dans l'entraînement de la boxe, fait maintenant un tabac dans les salles de fitness.
Avec l'avènement du CrossFit, des méthodes d'entraînement en haute intensité cardio-vasculaire, cet appareil proposera un entraînement extrêmement ludique et efficace.

TempsDanse®
VENDEZ TEMPS DANSE®
DANS VOS PRO SHOP !
CONTACTEZ - NOUS
contactpro@tempsdanse.com
+00 33 (0)1 47 70 20 79
www.tempsdanse.com

SALON MONDIAL BODY FITNESS 2014

21, 22 et 23 mars
Paris Expo - Porte de Versailles

ZIPPY GUIDE#

ZIPPY GUIDE I STAND A102

C'est une start-up innovante qui a mis au point une plate-forme online de réservation d'activités sportives et créatives : **Zippyguide.com** !
Véritable concept B to B to C, **Zippy Guide** permet aux particuliers de trouver une activité en bas de chez eux (le site est construit autour de la géolocalisation de l'Internaute au moment de sa recherche), de choisir la formule qui leur convient le mieux et de payer en ligne.
Grâce à Zippy Guide, les professionnels (clubs, studios, ateliers…) recrutent de nouveaux clients, récoltent leurs avis et ont un nouveau levier de communication visible sur Internet.
Ce site de réservation de loisirs s'appuie sur un label qualité et offre un parcours simple pour l'Internaute.
Zippy Guide, c'est LE guide nouvelle génération, axé sur trois thématiques urbaines et complémentaires : Sport / Équilibre / Kids !

JUMPING#

JUMPING I STAND B110

> Un nouveau sport accessible à tous dans la bonne humeur !

Le **jumping** est un mixte d'exercices d'équilibre et de sautillements dynamiques et motivants mêlés à une musique entraînante : un sport accessible à tous, dans la détente et avec le sourire.
Jumping France est né en 2011, sous l'impulsion d'Eva Sladekova, athlète de haut niveau en badminton avec plusieurs titres de championne de Slovaquie et une participation aux jeux Olympiques de Pékin en 2008.
Le jumping est actuellement en plein développement sur le territoire français et nous assistons à un véritable engouement de la part des clubs de fitness et des animateurs sportifs pour ce nouveau sport.

LIGNE PURE PROJECT#

BROOKS I STAND B079

Les coureurs veulent de la simplicité. Ils aspirent à une connexion intense avec leur environnement, à une sensation naturelle et à une expérience immédiate, la plus complète possible. La marque **Brooks** a pris ces envies aux sérieux et a développé une toute nouvelle ligne de chaussures de course signée **Pure Project**. Pour tous les coureurs qui souhaitent ressentir plus de sensations grâce à une chaussure légère, respirante et souple.

ANNONCES#

Spécial province (Ouest)

VF186 I CLUB DE FITNESS & SPA
Idéalement placé au bord d'un axe routier avec plus de 18000 passages/jour. Zone de chalandise : une agglomération de plus de 100000 habitants.
Le club dispose de 600 m² : musculation, salle de cours collectif, espace bien-être et cabines de soins.
Loyer : 2500 € • Cession : 187500 € FAI

VF210 I GRAND CLUB DE REMISE EN FORME EN CENTRE-VILLE
Au cœur d'une ville de plus de 80000 habitants, grand club de 1500 m² disposant d'une salle cours de 200 m², d'un espace cardio-musculation, d'un espace aquatique, d'équipements pour cours collectifs et d'un institut de beauté.
Loyer : 5200 € • Cession : 715000 € FAI

Spécial Île-de-France

VF180 I CLUB DE FITNESS EN ZONE D'ACTIVITÉ
Au cœur d'une zone d'activité et à cinq minutes du centre-ville, ce club généraliste de 600 m² propose des cours collectifs, un plateau de cardio et de musculation.
Unique club privé de la ville comptant plus de 55 000 habitants. Club à développer !
Loyer : 5200 €
Cession du fonds : 33000 € FAI

VF204 I CLUB DE FITNESS EN ZONE D'ACTIVITÉ
Club de fitness de 600 m² situé en pleine zone urbaine, bordé d'activités commerciales, d'habitations et d'un centre commercial.
Espace de musculation + cardio, double salle de cours : fitness + RPM. Bien implanté dans son environnement et clientèle fidèle.
Loyer : 8500 €
Cession du fonds : 434000 € FAI

VF214 I CLUB DE FITNESS + ESPACE AQUATIQUE
Idéalement situé sur un axe routier très fréquenté dans une zone mêlant habitations, entreprises et un nouveau centre commercial.
Club bien implanté dans sa commune depuis de longues années.
4 espaces : cardio / musculation / salle de cours collectif / espace aquatique et détente.
Très fort potentiel de développement et d'agrandissement.
Loyer : 5100 €
Cession du fonds : 198000 € FAI

→ **Pour toutes informations complémentaires :**
www.fitness-business.fr

→ **Passer votre annonce :**
annonces@fitness-challenges.com

LIBÉREZ votre potentiel

HD ELITE

NOUVEAU
HD ELITE POWER RACK
ENCORE PLUS FORT, EFFICACE, INNOVANT

Stand N°C110-C118
27e Salon Mondial
Body Fitness
21.22.23 mars 2014
Paris Expo - Porte de Versailles

Service Commercial | **01 82 88 30 50**
Service Après-Vente | **09 70 40 56 02**

Valcke Services bvba - Menenstraat 423 - B-8560 Wevelgem
Distributeur exclusif de Life Fitness & Hammer Strength

HAMMER STRENGTH®
www.hammer-strength.fr

DONNEZ TOUJOURS LE MAXIMUM.

REEBOK ONE SERIES
POWERED BY BAREMOVE

Bougez en toute liberté dans nos vêtements ONE SERIES, bénéficiant de la technologie BAREMOVE. Cette collection spécialement conçue pour le mouvement vous rendra libre de donner votre maximum.

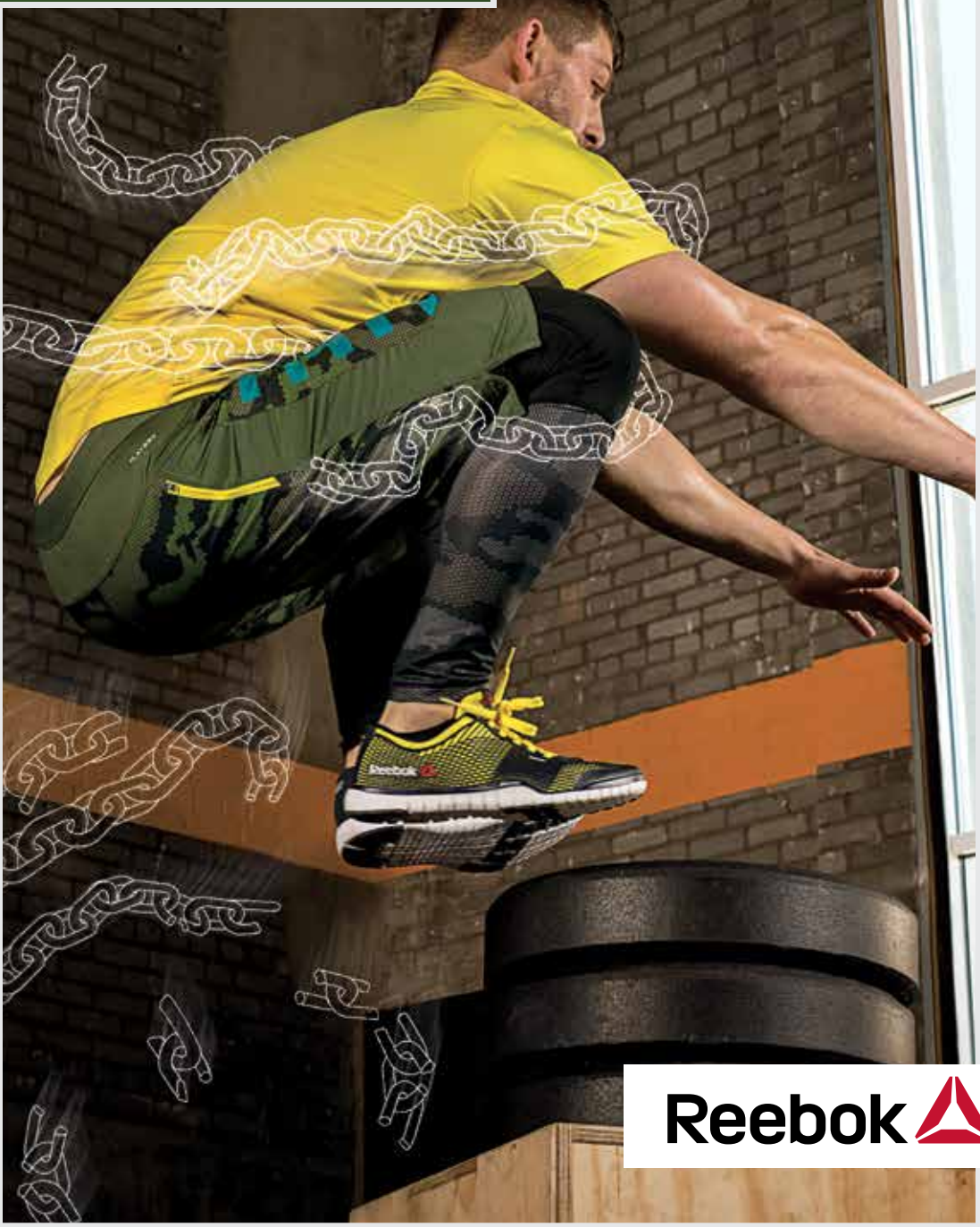
#LIVEWITHFIRE

ÊTES-VOUS UN PROFESSIONNEL DU FITNESS ?

REJOIGNEZ DÈS MAINTENANT LE RÉSEAU **REEBOKONE ET PROFITEZ DE RÉDUCTIONS EXCLUSIVES DE -25%** SUR TOUS LES PRODUITS REEBOK

RENDEZ-VOUS SUR REEBOK.COM/REEBOKONE

MOVEMENTS BY CrossFit



Reebok

© 2013 Reebok International Limited. All Rights Reserved. REEBOK is a registered trademark of Reebok International Limited.

STABILITÉ. VITESSE.

REEBOK ZQUICK

Entraînez-vous sans compromis avec la Reebok ZQUICK TR. Inspirée des pneus ayant l'indice de vitesse maximal : l'indice Z, et conçue pour des phases de transition ultra rapide, la Reebok ZQUICK TR vous offre stabilité et une accroche idéales quand vous négociez des changements d'appui ou que vous changez d'exercice.

#LIVEWITHFIRE

MOVEMENTS BY CrossFit

Poursuivez l'expérience sur Reebok.com

Reebok

© 2013 Reebok International Limited. All Rights Reserved. REEBOK is a registered trademark of Reebok International Limited.

y a-t-il un RÉSEAU SOCIAL dans la salle ?

UNE ZONE D'ACTIVITÉS SPORTIVES DÉDIÉE AU FITNESS doit répondre à certains critères d'agencement et d'équipement qui touchent à la fluidité de circulation, au bien-être et à la sécurité des individus, comme à son entretien et à sa rentabilité. Mais avec la tendance à l'économie, dont le low cost est l'ultime avatar, tout ce qui faisait l'esprit « club » est passé à la trappe, au profit d'une « bulle individualiste » dont on ne peut douter, à terme, qu'elle ne finisse par éclater.

ALAIN EIDEL

Il cumule plus de vingt-cinq années d'exercice dans le domaine de l'agencement d'espaces.
De grandes enseignes et clubs, tels l'USINE, le KLAY, GIGAGYM, MOVING, GENAE ou CLUBMED GYM, etc. lui ont confié l'agencement ou l'équipement de leurs prestigieux espaces, par la voie du bureau ACTECH, dont il dirige le département conseil.

QU'ON SE RASSURE. Le propos qui suit ne vise nullement à vous faire part de mes dernières observations cliniques relatives à la psychologie du sportif !

L'objectif de cet article, infiniment plus modeste, est de faire apparaître que la problématique d'agencement des zones d'activités sportives d'un club de fitness induit la vie de l'établissement tout entier, tant dans son usage pratique que dans sa philosophie. En l'occurrence, certaines notions d'ergonomie concourent bien plus qu'au bien-être de l'individu : elles induisent un sentiment d'appartenance à une communauté ou, au contraire, établissent une zone d'exclusion autour de lui, interdisant tout lien social.
J'invite tout exploitant, en activité ou en devenir, à toujours considérer si ses agencements, au-delà de leurs aspects pratiques, servent ou non la philosophie de son club. Je ne cache pas que lors de mes interventions sur le terrain, ce que je constate me laisse souvent perplexe.

FÉMININ & MASCULIN

Je regrette qu'au moment de la phase de création d'un club, les femmes ne soient pas plus souvent associées ou que, lorsque c'est le cas, leur rôle soit réduit au choix des couleurs des murs ou du canapé d'accueil !
J'ai déjà souligné, dans un article précédent, toute l'attention qui doit être portée aux femmes dans l'élaboration de l'espace vestiaires/sanitaires. Les zones d'activités sportives méritent la même exigence. Certains appareils, certaines activités au sol, mettent le corps dans des postures qui ne doivent pas prêter au spectacle pour d'autres. Hommes et femmes n'ont pas les mêmes exigences d'hygiène, il est nécessaire de leur faciliter l'accès aux sanitaires pendant un cours, sans que ces déplacements, évidemment, ne perturbent les autres activités.

SPORT & LIEN SOCIAL

Le « tout connecté » semble vouloir imposer sa place en tout espace, y compris celui où il n'est pas d'une réelle valeur ajoutée. L'activité sportive visant au bien-être de l'être humain, on peut sans doute trouver avantage aux progrès de l'informatique embarquée. Mais que cette dernière soit prétexte à renforcer la bulle personnelle de l'individu me semble sujet à caution.
Un club de fitness peut également être un lieu privilégié d'échanges et de création d'un lien social, disparu presque partout ailleurs. Un appareil, aussi sophistiqué soit-il, ne pouvant prétendre remplacer l'humain, la compétence ou le conseil, j'invite tout futur exploitant à considérer ces deux visions, froide ou chaude, avant toute chose.

Articles déjà parus

FITNESS CHALLENGES

- **N° 3 - Gestion du trafic**
  "Attention où vous mettez les pieds !"
- **N° 5 - Agencement**
  "Qui donne le LA pour le Sol ?"
- **N° 6 - Agencement**
  "Espace vestiaires : de l'air !"
- **N° 7 - Accueil**
  "Y a-t-il une hôtesse dans le fitness ?"
- **N° 8 - Accueil**
  "Z comme zoning"

Un club de fitness peut également être un lieu privilégié d'échanges et de création d'un lien social, disparu presque partout ailleurs.

Il ne s'agit pas, ici, de prendre parti contre la machine et pour l'humain, mais de faire apparaître qu'un club de remise en forme doit à la fois répondre à la nécessité de concentration de l'individu, à l'attention qu'il porte à sa propre personne dans l'effort physique, autant qu'à son besoin de détente, de relaxation et de convivialité.
Un espace de repos et d'attente, permettant la décompression, la rencontre et l'échange, dans une ambiance favorable à la séduction et au sentiment communautaire, ne sera jamais une place perdue. Cette tendance, culturellement ancrée depuis toujours dans les pays anglo-saxons, gagne nos voisins européens à grande vitesse. Elle est en voie de s'imposer en France. Les solutions d'agencement en la matière existent déjà, adaptables à tous les types d'espace, et sont désormais au cœur des prestations qui me sont demandées aujourd'hui, alors qu'elles n'étaient qu'en périphérie il y a peu encore.

ZONING & CIRCULATION

On trouvera dans mon précédent article (*Fitness Challenges* n° 8) les données relatives au zoning général d'un club. Selon la vocation de ce dernier, la répartition des espaces d'activités peut évidemment varier de façon notable, en proportion/répartition. Leur agencement propre ainsi que leur articulation entre eux ne doivent souffrir, en revanche, d'aucune approximation.
La coexistence d'une salle de musculation, d'une salle de cours collectif et d'une salle de biking impose qu'il ne faut, en aucun cas, forcer la traversée de l'un pour accéder à l'autre. Ces télescopages de publics hétérogènes nuisent autant aux aspects organisationnels du club qu'au confort psychologique des membres, invisible et difficilement quantifiable, mais tout à fait réel.
Les activités intermittentes telles que les cours spécifiques posent souvent le problème de l'attente du cours suivant. Il n'est pas souhaitable d'imposer aux membres une attente en regroupement qui nuit à la circulation et à la sécurité, ou pire, une errance déambulatoire dans des parties du club où ils n'ont rien à y faire. Pour pallier cet inconvénient, pourquoi ne pas offrir en guise d'échauffement la salle de biking qui reste si souvent fermée dans de nombreux clubs, au prétexte de cours épisodiques ?

ACOUSTIQUE & ÉCLAIRAGE

Tout regroupement humain dans un espace clos génère, de fait, une nuisance sonore. Certaines activités sportives imposent, en particulier au sol, des surfaces parfaitement adaptées, tant pour leurs qualités acoustiques, que d'amortissement, d'hygiène et d'entretien. Vous trouverez ces aspects développés dans l'article dédié du n° 5 de *Fitness Challenges*.

L'éclairage d'une zone d'activité sportive doit répondre à deux critères : confort oculaire, préoccupation esthétique.
Le premier est défini par l'emplacement des sources lumineuses et leur orientation, lesquelles ne doivent pas aveugler l'individu, en particulier lorsque celui-ci est en position couchée (musculation, exercices au sol des cours collectifs, etc.). Les aspects esthétiques tiennent quant à eux à la température de couleur des sources (Kelvin). Tirer vers le jaune (chaud) pour une ambiance cosy, vers le bleu (froid) pour une sensation dynamique.

Un club de remise en forme doit répondre à la nécessité de concentration de l'individu, à l'attention qu'il porte à sa propre personne dans l'effort physique, autant qu'à son besoin de détente, de relaxation et de convivialité.

Chaque zone de votre établissement doit tenir compte de ces aspects. La belle couleur de peau de vos membres en dépend autant que le beau rouge des fauteuils de votre accueil ! ■

PROGRAMME DU 19 JUIN

11h00-12h30 Accueil au Palais des congrès
12h00-14h00 Déjeuner au Palais des congrès

14h00-15h00 Les nouvelles tendances du fitness mondial, menaces ou opportunités ?
Phillip Mills, *Directeur général de Les Mills™ International et Directeur international de création des programmes Les Mills™.*

15h00-16h00 Le fitness et la santé : un vrai mariage de raison !
Paul Alart, *Directeur du service des sports, université Paris-Descartes. Chargé de cours, faculté de médecine de Paris (option médecine du sport). Diplômé en santé et sport, faculté de médecine de Bobigny.*

16 h 00-16 h 30 Pause-café

16h30-17h30 Le club, l'adhérent et les réseaux sociaux
Fabrice Papy, *Professeur des universités en sciences de l'information et de la communication à l'université de Lorraine.*

17h30-18h30 Comment les clubs low cost transforment l'industrie du fitness européen ?
Ray Algar, *Directeur général d'Oxygen Consulting, société basée au Royaume-Uni qui fournit des études et des analyses stratégiques aux organisations liées à l'industrie mondiale de la santé et du fitness.*

TARIFS INSCRIPTIONS

› avant le 1er mars	**245 €**
› avant le 1er mai	**290 €**
› avant le 1er juin	**340 €**

Ces tarifs comprennent les sessions professionnelles du jeudi 19 et du vendredi 20 juin, ainsi que les déjeuners et le cocktail du 19 au soir.

PROGRAMME DU 20 JUIN

9h00-10h00 Le marché européen du fitness
Herman Rutgers, *Membre du conseil et Président du comité de financement et événement, EHFA Bruxelles, depuis 2012.*

10h00-11h00 Comment rejoindre l'élite ou le management de la performance ?
Stéphane Cambriels, *Chef de projet, Manager du PAUC (Pays d'Aix Université Club) handball, club professionnel de handball.*

11 h 00-11 h 30 Pause-café

11h30-12h30 La fidélisation 2.0 des adhérents
Jan Middelkamp, *membre du Board à EHFA (European Health & Fitness Association). Depuis 2009, il est Directeur général de HDD Group.*

12 h 30-14 h 00 Déjeuner au Palais des congrès

14h00-15h00 Franchise, franchiseur, franchisé… Mode d'emploi !
Alexandre Germain, *Responsable développement et animation de la Fédération française de la franchise.*

15h00-16h00 Espaces et agencements : le club pour le bien-être de ses adhérents
Alain Eidel, *Consultant et spécialiste en aménagement de club. Il est aussi, depuis plus de 20 ans, distributeur de plusieurs marques premiums d'équipements cardio-training comme Stairmaster, Precor ou encore Cybex et maintenant Keiser et Woodway.*

16 h 00-16 h 30 Pause-café

16h30-17h30 L'argent et les clubs de fitness !
Michael Kerstan, *Directeur général de la société de conseils Kerstan Consult qui fait partie des leaders en Allemagne, avec plus de 400 clubs clients en 2014.*

INSCRIVEZ-VOUS !

WWW.FITNESS-CHALLENGES.COM

HEITZ SYSTEM · Life Fitness WHAT WE LIVE FOR · PRECOR · EHFA European Health & Fitness Association · MATRIX · actech · STAR TRAC fitness · milon · KEM · LesMILLS

1er congrès FITNESS CHALLENGES

19 & 20 JUIN 2014 Aix-en-Provence

LE FITNESS 2.0

L'ÈRE D'UNE NOUVELLE INDUSTRIE

STOP À L'INERTIE...

VENEZ FAÇONNER
LE FITNESS DE DEMAIN

Fitlane en chiffres

- **30 000** adhérents dans **8** clubs. Bientôt **10**, de Cannes à Nice.
- **49 €** par mois et **80 %** de prélèvements automatiques.
- **30 %** de résiliations par an dans les clubs à maturité… mais autant de croissance.
- **14 millions** d'euros de recettes prévues en 2014.

Retour sur le parcours de cet acteur du fitness que nous avions rencontré en février 2009 lorsqu'il ne possédait que 3 clubs

Peter FRANKLIN
Le fitness, de l'Asie à la Côte d'Azur

L'AVENTURE COMMENCE AU JAPON QUAND PETER FRANKLIN, 25 ANS, PART S'Y INSTALLER. À HONG KONG, SINGAPOUR ET AILLEURS, IL IMPORTE LE SAVOIR-FAIRE AMÉRICAIN DANS LE FITNESS. AVANT DE FAIRE FLORÈS SUR LA CÔTE D'AZUR AVEC 8 (BIENTÔT 10) CLUBS FITLANE.

THOMAS PONTIROLI

Il s'appelle Hans Peter Franklin, il a la cinquantaine et est à la tête de Fitlane. Étendue de Nice à Cannes, cette chaîne de clubs de fitness est lancée en 2004 par cet entrepreneur anglais d'origine danoise et parlant parfaitement français. « *À l'époque, il n'y avait que très peu d'offres sur la Côte d'Azur* », se rappelle-t-il. Très peu ? Pour le gérant, cela signifie aucun club capable d'accueillir ses adhérents chaque jour de la semaine, sur une plage horaire étendue, ni de leur offrir tout un tas de services et une gamme complète de cours collectifs… Peter Franklin est du genre à voir les choses en grand. Et c'est ainsi depuis 25 ans.

Si Fitlane va fêter sa dixième année d'existence, Peter Franklin a derrière lui une belle expérience dans le business du fitness. Un sacré parcours qui commence à Hong Kong, Singapour, les Philippines, la Chine et l'Indonésie… C'était à la fin des années quatre-vingt, « *une autre époque. Depuis beaucoup de choses ont changé sur le marché* », tient à préciser l'entrepreneur. D'ailleurs, il a ça dans la peau, entreprendre, car signalons quand même qu'il a dirigé sa première salle très jeune, en 1988, il avait à peine la trentaine.

Mais au fait, qui est-il ? La réponse est concise, peut-être pudique : « *À la base, je suis professeur de gym, j'ai un diplôme me permettant d'enseigner, je suis aussi professionnel de tennis. Puis, je suis rentré dans le milieu du fitness.* »

Hans Peter Franklin, pourquoi avez-vous embrassé cet univers, et autant persévéré dans le monde de la remise en forme ? Dites-nous en plus.

LA TRENTAINE ET MANAGER EN ASIE

« *Ce qui m'intéressait dans le fitness, c'est qu'on pouvait mettre plus de personnes par mètre carré que sur un court de tennis,* explique l'entrepreneur. *J'ai d'abord monté un club de tennis à Hong Kong mais on ne mettait que huit personnes sur deux terrains. À surface égale en fitness, le nombre de clients n'est pas comparable.* » Bref, Peter Franklin a vite fait de comprendre lequel des deux business est le plus rentable.

La première salle ouvre en 1988, à Hong Kong. D'autres suivront successivement dans les villes précitées. Un succès que l'entrepreneur doit aussi à l'engouement des pratiquants de sport dans les grandes villes, combiné à leur réceptivité aux méthodes américaines. Car ce qu'a entrepris le gérant, c'est aussi une « *américanisation* » du fitness en Asie. Excusez du peu. The Spa Health Clubs et California Fitness Centers sont les deux chaînes dirigées par Peter Franklin en Asie. Clientèle totale : près de 30 000 adhérents !

> D'ici à 2017, Fitlane devrait compter une douzaine de salles.

Les deux marques seront finalement rachetées par les deux groupes américains, 24 Hour Fitness et Fitness First. Peter Franklin, qui précise ne pas avoir été actionnaire majoritaire de ces entreprises, revient en France, sur la côte méditerranéenne. Nous sommes en 2000. Pendant quelque temps, il travaille sur sa propriété, s'intéresse aux antiquités. Mais le break ne dure pas longtemps. En 2004, l'entrepreneur revient aux affaires. Il crée Fitlane.

SUCCESS STORY ENTRE NICE ET CANNES

La première étape azuréenne se déroule à Mandelieu, à moins de dix kilomètres de Cannes. Peter Franklin met la main sur une structure existante. Puis c'est Cannes, Sophia Antipolis « *où il y a beaucoup à faire* », Nice Saint-Isidore en juillet 2010 et Cannes la Bocca en janvier 2011. Mais ce n'est pas fini. Accélération du rythme en 2013 avec l'ouverture de trois nouvelles salles : Nice centre en avril, Juan-les-Pins en septembre et enfin Villeneuve-Loubet en décembre. Et ce ne sont pas des petits clubs. Le Fitlane de Nice Saint-Isidore s'étend sur 2400 mètres carrés et est fréquenté par 1500 adhérents en moyenne par jour.

Ces huit clubs représentent un total de plus de 25000 adhérents, un chiffre qui a doublé en un peu moins de trois ans. La marque de Peter Franklin devrait générer environ 14 millions d'euros de chiffre d'affaires (hors taxes) sur l'exercice 2014, soit un taux de croissance annuel de 30% ! Une dynamique qui ne devrait pas s'arrêter de sitôt tant l'entrepreneur semble motivé à développer sa marque : « *J'ouvrirais bien plus de salles encore. Ce qui m'en empêche ce n'est pas le marché qui a un fort potentiel, mais le manque de fonciers avec des parkings, bien placés et de grande taille.* »

Si bien que Fitlane a reçu le soutien financier de Naxicap Partners, « *la filiale de Natixis spécialisée dans l'investissement dans les entreprises régionales leader dans leur métier* ». En janvier 2013, le fonds s'empare de 36 % du capital de Fitness Holding, maison mère de Fitlane mais aussi de Star Trac France (voir encadré), soit un montant investi de 3,4 millions d'euros – Peter Franklin et son épouse restent actionnaires majoritaires avec 51% des parts. Cette opération s'est accompagnée d'une dette de 4,5 millions d'euros levée auprès de Crédit Agricole, Banque Populaire et Société Générale. Le tout pour développer Fitlane en PACA.

Fournisseur officiel du XV de France

Au sein de Fitness Holding, il y a aussi Star Trac France. C'est la structure chargée d'importer le matériel Star Trac dans l'Hexagone. « *Je travaillais déjà avec cette marque lorsque j'étais en Asie, je connaissais l'ancien président de Star Trac* », se remémore Peter Franklin.

« *Lorsque j'ai monté Fitlane, il a fallu trouver un fournisseur fiable. Il se trouve que Star Trac voulait distribuer en France, alors nous avons monté une structure, aujourd'hui dirigée par Jean-Pierre Germain* », explique-t-il. Ce matériel fournit 80 % de l'équipement de Fitlane.

Mais pas que. Star Trac France a étendu son périmètre à tout le pays, et plus particulièrement à la sphère du rugby. C'est elle qui fournit le XV de France ! Mais aussi le Rugby Club de Toulon, le centre d'entraînement national de Marcoussis. La structure équipe également des clubs de sport comme Amazonia, des hôtels, des hôpitaux, des mairies, et l'armée. Tous clients confondus, le distributeur a facturé près de 200 clients sur l'année 2013.

La stratégie : viser les marchés de niche, comme le rugby, et pas « *la masse des petits clubs* ». « *On préfère travailler avec des clients qu'on connaît bien* », préconise Peter Franklin. En 2013, Star Trac France a réalisé 3 millions d'euros de chiffre d'affaires, en croissance de 25 %. Pour lui : « *Star Trac c'est un peu comme BMW, haut de gamme, mais abordable.* »

Cette année deux nouveaux clubs ouvriront leurs portes. D'ici à 2017, Fitlane devrait compter une douzaine de salles. Bref, une ambition qui a besoin de fonds, car tout cela a un coût. Pour un club de 2000 mètres carrés, il faut compter 800000 euros d'aménagement et 500000 euros d'équipement. Un club Fitlane coûte, en moyenne, 1,3 à 1,5 million d'euros.

UNE GAMME COMPLÈTE ET ABORDABLE

Dans chaque club, la même recette : une très grande zone cardio afin de satisfaire les 60% de la clientèle qui préfèrent cette activité, et une autre zone consacrée au fonctionnel et à la musculation, avec des machines et des haltères. Un troisième espace est dédié aux entraînements personnels et une dernière aux cours collectifs, Spinning®, Les Mills™, RPM™, Zumba®, Pilates, etc. Pas de spécialité maison en revanche. Le patron considère « *qu'on n'a pas besoin de réinventer la roue, il existe tellement de bons concepts. Notre rôle n'est pas d'inventer ces derniers mais de les fournir dans un environnement de qualité* ».

Mais Fitlane ne se refuse pas quelques événements, à l'image de la Zumba® Night Fever, créée en 2011 dans le but de rassembler tous ses adhérents pour un cours de Zumba® en

Vestiaires GEKIPS

BOIS, MÉTAL, VERRE. Trois matériaux hautement maîtrisés qui ont fait la réputation de GEKIPS en termes d'agencement mobilier. Dimensions standard ou hors-normes, environnement privé respectueux ou usage public impitoyable, agencement invisible ou décoration audacieuse, GEKIPS dispose de quoi répondre à toutes les demandes, les plus normées comme les plus avant-gardistes. Cette connaissance intime des matériaux et de leurs usages est pour vous la garantie d'un conseil pertinent autant qu'une inépuisable source de créativité.

GEKIPS

01 41 78 68 40 • GEKIPS.COM

> « J'ouvrirais bien plus de salles encore. Ce qui m'en empêche ce n'est pas le marché qui a un fort potentiel, mais le manque de fonciers avec des parkings, bien placés et de grande taille.

extérieur et, originalité, d'inviter aussi les… non-adhérents. Un levier d'acquisition de nouveaux clients ? Deux journées portes ouvertes annuelles sont aussi organisées. Mais pour gagner de nouveaux adhérents, Peter Franklin a une autre arme secrète…

LE PRÉLÈVEMENT AUTOMATIQUE EN PRIORITÉ

Il s'agit du prélèvement automatique ! Une évidence, diront les managers américains ou anglais. Mais, en France, la situation est différente et « *trop peu nombreuses* » sont les salles de sport qui ont adopté ce mode de facturation. Le manager nous rappelle son premier avantage : « *Cela évite d'avoir à débourser 600 euros en un bloc à l'inscription, ce qui constitue un frein. Avec le prélèvement automatique, c'est 49 euros par mois, ce qui est très raisonnable.* » À Fitlane, huit adhérents sur dix ont opté pour le prélèvement : c'est plus facile et cela revient moins cher.

« *La France n'est pas aussi mature sur ce point que les États-Unis par exemple, où tous les clubs fonctionnent ainsi*, compare Peter Franklin. *C'est comme la téléphonie mobile, l'eau ou le gaz, cela doit devenir la norme. Le fitness est quelque chose de récurrent dans la vie d'une personne, elle le pratique régulièrement, la facturation doit donc suivre ce modèle. Toute industrie moderne de service va dans ce sens* », souligne-t-il avant d'ajouter que Fitlane « *laisse le client libre et ne l'attire pas avec des effets marketing* ».

« *Côté gestion du club, c'est plus difficile la première année après l'ouverture du complexe*, confesse-t-il, *mais c'est un mal pour un bien.* » Avant de pouvoir se constituer un capital, pour amortir l'investissement initial et couvrir les frais de fonctionnement opérationnels mensuels et arriver à l'équilibre financier mensuel, Peter Franklin compte six à neuf mois. D'après le gérant, ce système impose une grande rigueur financière.

DE LA MIXITÉ ET UNE BONNE FIDÉLITÉ

Ainsi Fitlane dit ne pas viser une clientèle en particulier. « *Tout le monde peut venir chez nous, c'est comme au McDonald's* », s'amuse le responsable. Pour favoriser la mixité de sa clientèle, au-delà du prix contenu et de la diversité des activités – qui comprennent également de l'aquagym et du squash –, la chaîne mise sur son amplitude horaire, de 7 à 22 heures. Sur les plus de 30 000 membres, près de 5 000 s'entraînent chaque jour.

L'autre atout revendiqué par le fondateur de Fitlane est de finalement proposer des prestations très nombreuses pour un prix proche du low cost. « *Pour moi nous sommes du low cost* », clame même le dirigeant. Mais attention, il ne faut pas le mélanger avec les clubs « *où tout est automatisé, sans aucun service ni accompagnement* », tempère Peter Franklin. Toutefois, pour bien compléter son offre, Fitlane reste ouvert aux cours virtuels (Zumba®, Pilates, yoga), tels que ceux pratiqués dans les clubs low cost.

Et le résultat n'est pas si mal. Si le dirigeant de Fitlane considère qu'un abonnement « *c'est à vie, enfin sauf si on déménage ou si on ne peut plus s'entraîner* », plaisante-t-il, ses clubs enregistrent un taux de résiliation moyen mensuel de 2,6 %, ce qui correspond sur un an à environ 30 %. Ce bon score est lié au prélèvement automatique. « *Si vous vous abonnez à l'année et que vous êtes partis en vacances ou avez levé le pied ces deux derniers mois, vous serez moins motivés pour revenir. Mais si vous êtes prélevés chaque mois, enfin (!), c'est comme Canal+, on ne va pas résilier son abonnement parce qu'on part en vacances !* »

LA FRANCE A UN GRAND POTENTIEL

Les prochaines années devraient être florissantes pour Fitlane. « *Le marché du fitness a un grand potentiel dans ce pays, il y a le Tour de France, une équipe de foot championne du monde, des handballeurs et basketteurs qui font aussi de gros résultats, bref c'est clairement un pays de sportifs* », observe l'entrepreneur chevronné. Le potentiel se trouve aussi dans le faible taux d'adhésion à un club de remise en forme : 4 % environ, contre 11 % aux États-Unis.

« *Le fitness est mal né en France car dans les années quatre-vingt, beaucoup de profs de gym ont monté des franchises. Ils facturaient leurs clients en passant par une maison de crédit, encaissaient l'argent mais géraient mal le reste. Résultat : ils mettaient la clé sous la porte, les clients devaient rembourser leur crédit… Cela a dégoûté pas mal de monde, dont les banquiers* », se souvient Peter Franklin. Depuis, la situation s'est assainie. Fitlane est sur l'ascendante. Le marché aussi. Un mot de la fin ? « *Le fitness n'est pas un luxe, c'est une nécessité !* » ■

MULTIform'

1er fabricant français d'appareils de musculation

Design et convivialité:
carters style carbone
pile de poids basse (1.3m)
encombrement mini

Des appareils uniques:
carter personnalisé
sellerie logotisée,bicolore
couleur structure au choix

De la Simplicité à la technicité :
gamme à air, à poids,
avec ou sans écran de contrôle

Réglages de précision:
charge de 2.5 en 2.5kg
nombreux réglages

Ergonomie et sécurité:
normes EN 957
came physiologique
changement de charge depuis
la position de travail

Conception et fabrication française

FABRICATION FRANÇAISE

CE NORMES EN 957

www.multi-form.fr (video de présentation)

ZI du Grand Pont -13640 - La Roque d'Anthéron - 33(0)4 42 28 48 20 - commercial@armony-sa.com

Coach des FEMMES de 50 ANS

LES FEMMES DE 50 ANS EN 2014 ALLIENT BEAUTÉ, CHARISME ET font bien plus jeunes que leur âge tout comme les stars actuelles de 50 ans et plus : Madonna, Sharon Stone, Demi Moore, Kim Basinger, Catherine Deneuve, Jane Fonda, Claire Chazal, Michèle Laroque, Carole Bouquet, Nathalie Baye, Ségolène Royal. À plus de 50 ans, elles ont de l'allure !

Mais cette perception des femmes de 50 ans ne doit pas faire oublier aux coaches que, malgré leur charme et leur forme physique, elles ne doivent pas s'entraîner de la même manière que lorsqu'elles avaient 20 ans de moins !

« ***Les coaches que je rencontre sont de plus en plus jeunes.*** *Ils parlent de technique, de programme, mais savent-ils vraiment ce que nous désirons, quelles sont nos préoccupations, à nous, les femmes de 50 ans ?* »

« *Nous avions à peine 18-20 ans quand nous avons commencé l'aérobic devant notre poste de télévision. Puis, nous avons vu la vague du LIA déferler en 1986. Nous avons bougé sur des rythmes endiablés sans contrainte, sans peur du chômage, sans peur de vieillir, sans SIDA. Nous sommes nées durant les Trente Glorieuses. Pas de chômage, insouciance et liberté. Nous avons suivi les premiers cours de STEP REEBOK en 1991 puis le premier PUMP de Les Mills™ en France. Nous avons ensuite regretté nos cours de CAF, nos cours de LIA car il n'y avait plus que nous qui les suivions. Les autres arrêtaient au fur et à mesure par manque d'ambiance ou d'intérêt pour les nouvelles activités. Maintenant, on continue d'aller à la salle malgré les douleurs.*
Quelques fois on prend un coaching mais le "prof" qui nous entraîne nous fait faire des choses inadaptées. Nous aimerions bien qu'il soit à notre écoute et qu'il connaisse nos besoins. »

ÉVELYNE FRUGIER

Directrice EF : personal training et formation (Cannes, PACA), responsable du projet senior FFGym, cadre technique fédéral, codirectrice Eurothemix Academy, directrice pédagogique et technique Z'Fitness.

Les changements liés au vieillissement chez la femme de 50 ans

La plupart des changements liés au vieillissement, comme la baisse de la vue, la diminution de la sensibilité, de la vitesse de réaction, de la perte d'équilibre ne sont pas spécifiques à la femme. Ils apparaissent à partir de 50 ans puis s'accentuent avec le temps. Cependant, certaines affections concernent principalement la femme et cela dès 50 ans.

OSTÉOPÉNIE - OSTÉOPOROSE

L'ostéopénie concerne 50 % des femmes de 50 ans. Ce n'est pas une maladie mais une densité minérale osseuse (DMO) basse. Les radiologies montrent un aspect déminéralisé du squelette. Le risque de fracture est plus élevé. Une femme ayant une DMO basse ne développera pas pour autant une ostéoporose.

L'ostéoporose affecte le squelette par une masse osseuse basse et l'altération architecturale du tissu osseux, avec un risque de fracture (définition OMS - 1994). À 50 ans, 40 % des femmes sont victimes d'une fracture ostéoporotique avec, chaque année, une augmentation de 50 000 nouveaux cas de fractures de l'extrémité supérieure du fémur en France (2005). Les signes cliniques de l'ostéoporose sont difficiles à déceler car c'est une maladie tardive et discrète. L'ostéoporose peut être fractuaire et post-traumatique. Elle touche les os longs mais aussi vertébraux. Une déformation de la colonne vertébrale apparaît ainsi qu'une fracture de l'os vertébral. La fracture vertébrale toucherait une femme sur cinq dans les 12 mois suivant la déformation.

Les conséquences sur le système cardio-vasculaire sont indirectes. Le métabolisme des lipides présente une augmentation du cholestérol total, une augmentation du LDL et une diminution du HDL.

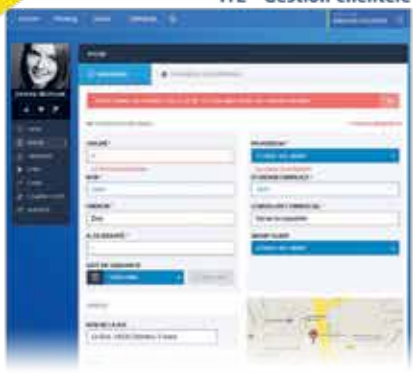
HEITZ SYSTEM

du plus petit centre au plus grand sans distinction
modulez suivant vos besoins

www.heitzsystem.com · heitz@heitzsystem.com

PRESENT DU 21 au 23 MARS 2014
AU SALON MONDIAL DU BODY FITNESS
Stand A031

i12 - Gestion clientèle



V11 - Gestion clientèle

Tests
Training
Diététique

Réservation par internet

Lecteur pour distributeur automatique

Borne Interactive
fiches d'entrainement automatiques, réservation...

HEITZ SYSTEM, les garanties d'une solution globale de gestion intégrée

Connexion à distance , sauvegarde à distance,
Prélèvement et gestion administrative
Exportation comptable Ciel, EBP...

Gestion SMS
Planning - Réservation Internet

Vente en ligne

PayPal®

Paiements Paypal,
Carte bleue, Prélèvements...

Smartphone, tablette :
Visuel, Réservation...

SEPA
Single Euro Payments Area

Prélèvement SEPA
tout automatisé, gestion des retours

Serrures de placards

Lecteur personnalisé
messages individualisés
accès libre service - parking

Assistance - Formation

Périphériques
Tripodes, imprimantes tickets, tiroirs caisse...

Heitz System

TÉL.: 04.90.33.27.83
FAX: 04.90.33.22.93
info@heitzsystem.com

ISO 9001:2008

Et le futur est au bout de vos doigts

En post-ménaupose, le métabolisme des hydrates de carbone est altéré, la résistance à l'insuline est augmentée. L'altération de la coagulation dans le sens de l'hypercoagulation engendre un risque de thrombose, de phlébites et d'embolie pulmonaire avec l'âge.
Les parois vasculaires sont altérées et jouent un rôle dans l'athérogénèse qui explique l'augmentation des accidents cardio-vasculaires chez la femme en post-ménopause rejoignant ainsi celui de l'homme.

Certaines affections concernent principalement la femme et cela dès 50 ans.

INCONTINENCE URINAIRE

Elle est définie comme la plainte de toute fuite involontaire d'urine (2002, International Continence Society). En 2006, une femme sur cinq souffrait d'incontinence urinaire d'effort avec un pic chez les 55-59 ans. L'activité physique intense est identifiée comme un facteur de risque de survenue de cette affection.
L'incontinence urinaire d'effort survient lorsque la pression abdominale dépasse les capacités sphinctériennes au cours d'un effort. Lors de la course à pied, de sauts, la pression verticale de pesanteur s'exerce d'autant moins sur le périnée que les parois de l'enceinte ont une bonne musculature tant abdominale que pelvienne. Chez la sportive avec une paroi abdominale très tonique, la tension abdominale est une source de pression vers le bas en direction du plancher pelvien. Les exercices de sauts répétés ajoutent une pression abdominale pouvant être multipliée par dix. Cette mécanique d'hyperpression intra-abdominale influe, à terme, sur la statique pelvienne et finit par introduire un déséquilibre entre une sangle abdominale trop puissante et un plancher pelvien insuffisamment musclé, favorisant des fuites urinaires d'effort. La pratique d'exercices abdominaux sans contrôle de la musculature périnéale augmente les forces de pression sur le périnée et peut être à l'origine de dégradation.
Les sports à risque élevé de fuite urinaire sont le trampoline, la gymnastique acrobatique, l'aérobic, les sauts de haie, le basket-ball, le volley-ball, le hand-ball, la course à pied et les arts martiaux (Larsen, Yavorek, 2005).
39 % des femmes sportives affirment avoir vécu au moins une expérience de fuite urinaire en lien avec une activité physique.
49 % des femmes pratiquant un sport de manière intensive ont déjà connu ce type d'expérience.
L'âge et le nombre d'enfants semblent jouer un rôle prépondérant : 50 % des femmes de 65 ans et plus ont déjà eu des fuites urinaires et les sportives ayant plus de trois enfants sont plus sujettes aux fuites urinaires.
Sur les 40 % des femmes d'âge mûr (48-53 ans en 1999) qui déclaraient avoir eu des fuites urinaires, un tiers a abandonné son activité sportive favorite en raison de ces pertes (Brown, Miller, 2001).
La prise en charge consiste à informer les femmes des sports à risque, de la structure et du rôle de la sangle abdominale, de la nécessité d'en parler à son médecin traitant et de l'existence de solutions à ces troubles. Celles qui ont des fuites lors des pratiques sportives sont tentées par l'arrêt du sport, or la poursuite d'une activité physique modérée est pourtant associée à une réduction de fuites urinaires chez les femmes mûres.
L'exercice à la mode dans les années quatre-vingt, le « *stop pipi* », était préconisé afin de permettre aux femmes de prendre conscience de leur musculature périnéale. Cependant, il favoriserait les cystites et les troubles de la vidange vésicale. Il est donc à éviter.
Les exercices du périnée, tels qu'ils sont enseignés dans la méthode Pilates notamment, réveillent et améliorent la contraction de la musculature striée et donc volontaire du sphincter de l'urètre et les muscles releveurs de l'anus. La femme doit apprendre la contraction volontaire du périnée, avant et pendant l'effort, par les techniques actives.

MÉNOPAUSE ET PRISE DE POIDS

La plupart des études qui suivent l'évolution de la prise de poids en fonction de l'âge chez la femme, décrivent une augmentation linéaire du poids de 20 ans à 56 ans, un peu supérieure à 10 kg, et sans accentuation à la ménopause. Entre 42 et 50 ans, la prise de poids est en moyenne de 0,8 kg par an mais avec une variabilité de 20 % de femmes qui prennent plus que 1,5 kg par an alors que 3 % en perdent.

- 44 % des Européennes disent avoir pris du poids ; 7,8 kg en moyenne.
- 4 % en ont perdu 8,4 kg en moyenne.
- 50 % sont restées à l'équilibre + ou - 4 kg mais seules 10 % maintiennent un poids constant toute leur vie.

La prise de poids est régulière et ne subit pas de pic à 50 ans contrairement à ce que l'on dit et, surtout, contrairement à ce que les femmes ressentent. Mais, c'est autour de 50 ans que l'indice de masse corporelle (IMC ou BMI, *Body Mass Index*) atteint 25, ce qui est la limite entre le poids normal et le surpoids. La ménopause est alors reconnue par les femmes comme l'élément déclenchant alors qu'il est simplement contemporain du passage d'un poids standard à un surpoids.
Ce gain est corrélé à la prise de poids et à la diminution de l'exercice physique.
La prise de poids est due à la diminution du métabolisme de base (MB) associée à la perte de masse maigre (muscle) et corrélée à la masse grasse qui augmente. Cette baisse de MB commence dès 45 ans et diminue de 5 % tous les dix ans. Les femmes de 50 ans non ménopausées ont toutefois peu de modification de leur MB contrairement à celles qui sont ménopausées. Ainsi, la prise de poids est fréquente et la répartition des graisses sur le corps transforme la silhouette de la femme de 50 ans. La graisse disparaît de là où il ne le faudrait pas : le cou, loge postérieure des bras, aisselle, partie latérale du thorax. La graisse cutanée se place sur le ventre. Si la femme maigrit ce n'est pas du ventre mais des parties précitées.
Ainsi, le poids ne reflète pas la redistribution de la masse grasse qui se traduit sur la silhouette, et ce, quel que soit le poids.

Antécédents sportifs

À la cinquantaine, trois situations sont à considérer en fonction de l'état physique et des antécédents physiopathologiques de la femme.

LA SPORTIVE : elle a un capital génétique et un acquis sportif important. Elle a pratiqué régulièrement une activité physique qu'elle a su adapter et moduler au fil des années. Elle a appris à connaître ses limites et ses possibilités. Elle est en bonne santé, elle ne fume pas, s'alimente avec discernement, ne boit pas d'alcool et dort bien.

LA SÉDENTAIRE : elle n'a jamais pratiqué le sport dans sa jeunesse. Elle est consciente d'appartenir à une population à haut risque de maladie cardio-vasculaire ou ostéo-articulaire c'est pour cela qu'elle a pris la décision de pratiquer une activité physique.
C'est une débutante, il va falloir l'éduquer, la former avec, compte tenu de son âge, le handicap d'un apprentissage difficile. Il faudra l'amener pas à pas, sans risque, de la prise de décision de pratiquer à la régularité de la pratique.

LA SPORTIVE DU DIMANCHE : c'est le cas le plus difficile. C'est une ancienne sportive de compétition, mais elle s'est arrêtée de longues années pour les études, pour les enfants ou pour des motifs professionnels. Pour des raisons diverses, mais surtout psychologiques, elle se lance à 45-50 ans dans des pratiques violentes et/ou intenses. Elle est exposée car les accidents cardio-vasculaires et ostéo-articulaires sont nombreux chez cette sportive irascible. Elle doit être considérée comme une débutante.

Principales activités

ACTIVITÉS À DOMINANTE AÉROBIE

Les activités d'endurance dosées et progressives, type marche, randonnée, jogging (raisonnable), danse, danse de salon, seront systématiquement proposées en l'absence de contre-indications ostéo-articulaires. Elles permettront d'assujettir le squelette au poids du corps soumis à la pesanteur et de renforcer les os, avec une prise de risque faible au niveau des chutes. Les activités d'endurance sans le poids du corps présenteront l'avantage d'entraîner l'endurance sans choc.

ACTIVITÉS À DOMINANTE RENFORCEMENT DU PÉRINÉE

Les activités de type Pilates ou cours spécifique « périnée » permettront un renforcement des muscles du périnée et de la musculature des muscles posturaux.

ACTIVITÉS À DOMINANTE MUSCULAIRE

Toutes les activités sans choc permettant de travailler la force, entretiendront la masse musculaire. Les activités avec utilisation du poids du corps comme charge : type yoga dynamique, power yoga, Ashtanga yoga, BodyBalance™.
Les exercices avec charge additionnelle : haltères, élastiques, kettlebell (pour la sportive).
Les exercices avec poids du corps et décharge sur les articulations : Suspension Training® (TRX®). ■

messegelände köln | exhibition centre cologne

JOIN GLOBAL FITNESS AT FIBO: 3 – 6 APRIL 2014

FIBO EXPERT

TRADE VISITOR TICKETS ONLINE AND AT THE CASH DESK ON-SITE

the leading international trade show for fitness, wellness & health

Organised by Reed Exhibitions

WWW.FIBO.DE

SEPA
Mode d'emploi

UN NOUVEAU SYSTÈME DE PRÉLÈVEMENT automatique et de virement est obligatoire depuis février 2014, le SEPA (Single Euro Payments Area) devient l'unique moyen de paiement en euros, commun à l'ensemble des pays européens. Grâce à ce nouveau moyen de paiement européen, les consommateurs, les entreprises, les commerçants et les administrations peuvent effectuer des paiements dans les mêmes conditions partout dans l'espace européen, aussi facilement que dans leur pays. Voici quelques informations et un petit mode d'emploi concernant les prélèvements automatiques, à l'attention de notre secteur d'activité.

EMMANUEL VINCENT
www.heitzsystem.com

LES CHANGEMENTS PAR RAPPORT AU SYSTÈME ACTUEL*

LE MANDAT SEPA

Ce document remplace l'ancienne autorisation de prélèvement. Comme elle, il doit être signé par le client mais le centre n'a pas à lui laisser un double et il n'a pas non plus besoin de l'envoyer à la banque du client ou à sa propre banque. Il doit s'assurer que son numéro d'identification appelé « RUM » (Référence unique de mandat) est unique, qu'il a un suivi des modifications qui peuvent être apportées et il doit simplement le conserver signé en cas de réclamation d'un de ces clients. Il comporte des mentions obligatoires, tout comme les documents suivants.

LETTRE D'INFORMATION DE PASSAGE AU SEPA

Le centre doit faire une lettre (courrier postal, e-mail ou autre) à tous ses clients en prélèvement automatique pour les informer de son souhait de passer au prélèvement SEPA, en précisant :

- Le numéro de « RUM » du client qui est, bien sûr, différent pour chaque client.
- Le numéro « ICS » du centre (Identifiant créancier SEPA).
- Une phrase indiquant son souhait de passer au prélèvement SEPA en ajoutant, par exemple, qu'« En l'absence d'instruction contraire de votre part le délai d'information préalable sera de six jours, et vous autorisez (A) "Nom du centre" à envoyer des instructions à votre banque pour débiter votre compte, et (B) votre banque à débiter votre compte conformément aux instructions de "Nom du centre". Vous bénéficiez du droit d'être remboursé par votre banque selon les conditions décrites dans la convention que vous avez passée avec elle. Une demande de remboursement doit être présentée dans les huit semaines suivant la date de débit de votre compte pour un prélèvement autorisé. Votre échéancier SEPA sera disponible sur simple demande auprès de l'accueil de votre centre et sur notre site Internet sur votre compte client personnel. »
- Si le centre possède un site, le lien d'accès à celui-ci ainsi que l'identifiant et le mot de passe permettant au client de visualiser à tout moment son échéancier SEPA sur son compte ou sur une application smartphone.

CONTRAT ET CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Sur chacun de ces documents, comme sur la lettre d'information et le mandat SEPA, le centre doit donc faire figurer un nouveau paragraphe sur le prélèvement SEPA avec les informations nécessaires.
Exemple : « En signant le contrat proposé et le mandat SEPA, vous autorisez (A) "Nom du centre" à envoyer des instructions à votre banque pour débiter votre compte, et (B) votre banque à débiter votre compte conformément aux instructions de "Nom du centre". Vous bénéficiez du droit d'être remboursé par votre banque selon les conditions décrites dans la convention que vous avez passée avec elle. Une demande de remboursement doit être présentée dans les huit semaines suivant la date de débit de votre compte pour un prélèvement autorisé. Le délai d'information préalable normalement de 14 jours est passé à six jours. »

LES CHIFFRES CLEFS DU SEPA

› 14 jours :
C'est le délai que le centre a pour prévenir chaque client d'un prochain prélèvement, cela doit être fait pour chaque prélèvement (y compris les représentations des impayés). Les centres devront mettre à disposition un échéancier des prélèvements SEPA, et faire en sorte que le client le reçoive et/ou qu'il puisse le consulter dans le centre sur demande et/ou sur son compte personnel sur Internet ou sur l'application smartphone du centre.
Dans le cas d'une application smartphone ou d'une solution permettant aux clients d'accéder à ces informations par Internet, chaque prochain prélèvement figurera en temps réel sur l'échéancier, y compris les représentations des impayés ou une nouvelle échéance pour un nouvel achat ou pour de la facturation au passage (certains concepteurs de logiciel ont déjà des solutions de ce type).

Attention les informations qui vont suivre sont à vérifier et valider par vos différents conseillers. Elles ne vous sont transmises qu'à titre indicatif et n'ont de valeur que si confirmées.

Pour les centres qui ont des prestations annuelles, ils pourront joindre l'échéancier au contrat lors du renouvellement de l'abonnement.
Les centres pourront réduire le délai légal de prévention du client par contrat et le passer de 14 à six jours, par exemple. Cela permettra de gérer plus facilement les impayés et surtout de ne pas attendre 14 jours en cas de représentation de l'échéance.
Les centres devront modifier un certain nombre de documents qu'ils ont l'habitude d'utiliser : contrat d'abonnement, conditions générales de ventes, information transmise dans la lettre de prévention de changement de mode de prélèvement. Le centre a l'obligation d'envoyer cette lettre à tous les anciens clients déjà en prélèvement automatique.

8 semaines :

C'est le délai que le client a pour réclamer une somme prélevée, sans qu'il ait besoin de donner un motif, le système ayant été fait pour protéger le consommateur européen. L'argent sera directement récupéré par sa banque qui va passer par celle du centre (la vôtre), qui ne pourra qu'avertir le centre du retrait de la somme.

13 mois :

C'est le délai pendant lequel le client peut réclamer la ou les somme(s) prélevée(s) avec comme motifs possibles : l'absence de mandat SEPA ou l'absence de suivi des modifications des informations du mandat SEPA ou, pour les anciens clients, l'absence d'autorisation de prélèvement signée et/ou l'absence de la copie de la lettre de prévention de changement de mode de prélèvement que le centre devra conserver. Ce dernier devra d'ailleurs conserver tous ces documents car, dans le cas d'une réclamation d'un client, la banque du centre va informer le centre de la démarche du client (c'est une obligation pour elle). Le centre aura alors sept jours pour lui fournir les éléments afin qu'elle puisse, à son tour, les fournir à la banque du client. Si ce n'est pas fait dans le délai, l'argent sera directement récupéré par la banque du client en passant par celle du centre qui ne pourra qu'avertir le centre du retrait de la somme et, sûrement, lui prendre des frais en plus.

DE QUOI DEVRAIT ÊTRE FAIT LE FUTUR EN MATIÈRE DE GESTION DU PRÉLÈVEMENT AUTOMATIQUE ?

Des éditeurs de logiciel ont sûrement déjà prévu la version de demain qui, pour être exceptionnelle, devra être complètement automatisée !
Cette version du futur devra permettre de faire tous les prélèvements automatiques et, bien sûr, de gérer les fichiers de retour d'impayés sans qu'aucune intervention ne soit menée par le personnel du centre. Elle devra être en mesure de donner la possibilité à une personne habilitée, de contrôler et de modifier les informations et les prélèvements tout au long des différentes étapes du processus.
Les étapes primordiales que cette version devra au minimum gérer sont les suivantes :

- **Étape 1** : gérer le mandat SEPA. Elle devra générer un numéro de RUM automatiquement, créer le mandat SEPA, le stocker ainsi que les modifications apportées tout au long de la vie de ce mandat pour chaque client.
- **Étape 2** : gérer la création des fichiers de prélèvements. Elle devra permettre de créer automatiquement les fichiers de prélèvement SEPA, x jours avant chaque date de prélèvement, suivant un planning établi lors de la configuration en tenant compte des dates souhaitées de prélèvement et des dates de représentation des impayés.
- **Étape 3** : gérer le transfert des fichiers. Elle devra permettre que les fichiers générés soient automatiquement envoyés à la banque en utilisant le protocole EBICS, toujours sans aucune intervention du personnel du centre.
- **Étape 4** : gérer les impayés. Il faudra que cette version récupère automatiquement, et de préférence de façon journalière, les fichiers de retour d'impayés SEPA qu'elle traitera toujours sans intervention du personnel du centre, par rapport à des règles créées selon les raisons des retours (ces règles auront été définies par l'administrateur du centre au moment de la configuration du système). Cela permettrait de représenter certains impayés en ajoutant ou pas des frais bancaires, de bloquer les abonnements de certains clients, de créer des messages d'alerte pour les employés et d'informer le client de la situation, et cela, toujours de façon automatique.

Et ce, sans jamais perdre de vue que le responsable du processus devra être tenu informé à chaque étape, tout en lui donnant la possibilité d'intervenir manuellement à tout moment et de n'importe quel endroit.

Un fonctionnement pareil serait exceptionnel… Et si le futur était déjà au bout de vos doigts et que cette version était déjà disponible chez votre éditeur de logiciel… ■

AQUAfibi®
Bien dans l'eau, mieux sur terre
Formation Professionnelle • Licence de Marque
NOUVELLE MÉTHODE D'AQUAGYM
Un concept unique en France
Contact : Marc Thomas • 06 47 58 11 88 - www.aquafibi-formations.com
Une marque d'aquagym de la **Société Thalaform** • 1er Espace de Santé Ludique en France
AQUA kinéo AQUA forméo AQUA finesso AQUA turbo AQUA cyclo AQUA calorio
Agence Dausset - Quimper - Brest - 02 98 44 66 02 - crédits photos : Thalaform

Johnson Health Tech France S.A.S - 45, Avenue Georges Politzer - 78190 Trappes - France - T
Conception et réalisation : JHTFrance - FEL - © 2014 - Matrix ™ est une marq

éléphone : 01 30 68 62 80 - Fax : 01 30 68 62 81 - contact@jhtfrance.fr - www.matrixfitness.fr
que de Groupe Johnson Health Tech Co.Ltd - Tous droits réservés - Etre Fort.

Wake Up Form le club qui veut parler à tout le monde

WAKE UP FORM ENTAME SA QUATRIÈME ANNÉE D'EXISTENCE. Avec pour maîtres mots, la liberté et la mixité des adhérents, la licence fondée par Étienne Jamin a accéléré l'an dernier et devrait dépasser la vingtaine de clubs en 2014.

THOMAS PONTIROLI

CHEF DE RAYON INTERSPORT PENDANT sept ans puis commercial pour Johnson Health Tech France durant quatre ans, Étienne Jamin est aujourd'hui P.-D.G. de Wake Up Form, la licence de marque qu'il a créée en 2010 avec sa compagne, Émilie Legros. Wake Up Form, c'est sa réponse au manque de structure de remise en forme à Saumur (Maine-et-Loire) « *capable d'accueillir une clientèle le plus librement possible* ». C'est aussi un rêve d'enfant qu'il a concrétisé.

L'affaire commence en 2010 avec un apport, comme souvent, plancher. Mais suffisant pour monter un club de 450 mètres carrés. Le format reprend les atouts du low cost : ouverture quotidienne de 6 heures à 23 heures, structure managériale réduite à la portion congrue avec un gérant, un manager et un coach, cours collectifs multimédias (complétés ensuite) et, enfin, un prix contenu à un peu plus d'un euro par jour. Mais ne dites surtout pas à Étienne Jamin que Wake Up Form est juste un club low cost. Son fondateur a voulu aller plus loin.

Une dose de collectif

« *Les clients, quand ils viennent s'entraîner, aspirent à un moment de relâchement. Ils ont eu un boss toute la journée sur le dos alors, à la salle, ils aiment être tranquilles. C'est vrai pour une partie de la clientèle, mais gare à la généralisation* », prévient l'entrepreneur. La liberté totale du membre dans un club low cost, constate-t-il, comporte une sérieuse limite : « *Une fois évangélisé au fitness, le membre veut aller plus loin, demande de vrais cours collectifs et, dans ce cas, il peut finir par changer de club. C'est bien dommage.* »

Déplorant le « *sectarisme* » du milieu du fitness où « *il ne faut être que low cost, que traditionnel, que féminin, etc.* », Étienne Jamin décide de moduler son offre pour qu'elle corresponde mieux à la société. À ses yeux, il n'existe pas vraiment de club – en tout cas dans sa région – « *qui rassemble tout le monde* ». Ce qu'il veut imprégner à Wake Up Form, c'est une philosophie où l'on « *respecte les sportifs qui jouent collectif comme les individualistes* ». Wake Up Form propose donc des cours avec un vrai coach. Mais il n'officie qu'aux heures de pointe.

Les cours collectifs ont rapporté 40 % de chiffre d'affaires en plus. Variés (cuisses abdos fessiers, stretching, step, etc.), ils ne sont pas fermés aux disciplines à la mode (Zumba®, Bokwa®) ni aux innovations maison, comme un cours dans une ambiance de discothèque où les membres « *oublient qu'ils font du sport et se lâchent dans l'obscurité et sous les spots* ». La volonté est d'attirer des publics différents, entre traditionnel, aérobique et plutôt « *fun* ».

Un ADN low cost

Il faut « *optimiser le concept* ». Le fondateur trouve « *dommage de mobiliser un entraîneur même aux heures creuses où il n'aurait pris en charge que trois ou quatre personnes par session* ». Et puis, dans notre société, les gens ont des emplois du temps contraignants et « *demandent du rapide et efficace* ». D'où l'idée de programmer ces cours le soir – une quarantaine de personnes s'y adonnent. Pour les autres moments, le coach virtuel prend le relais.

Les attentes des adhérents sont devenues plus fortes si bien que le club saumurois finit par investir dans une extension de 150 mètres carrés supplémentaires, entièrement réservée à une plus grande salle de cours collectifs. Le coach affecté aux cours, anciennement dédié aux conseils en plateau, et qui voulait, lui aussi, s'épanouir dans le collectif, a le champ libre. Étienne Jamin se félicite d'avoir lancé un club « *hybride* », preuve de sa faculté de s'adapter.

La passion du sport

À ses yeux, le succès de son entreprise ne serait rien sans un intérêt sincère pour l'univers du sport. « *Commercial, j'aimais visiter les clubs, aller à la rencontre des gens et aborder leurs problèmes en tant que sportif. C'est pour cela que j'étais respecté, car les managers ne me voyaient pas simplement comme un vendeur de machines* », assure Étienne Jamin. Mais sa passion et sa volonté de transmettre des conseils se heurtent vite à de mauvaises volontés.

KEISER®

WOODWAY®

actech

PUSHPULL

KRAIBURG

compaXol

ACTECH SA

DISTRIBUTEUR EXCLUSIF

ZONING D'ESPACES
MATÉRIEL SPORTIF
ACOUSTIQUE & PROTECTION DES SOLS

+352 621 323 885
actchepro.com • mag@actechpro.com

MONDIAL BODY FITNESS

21 • 22 • 23 mars 2014
HALL 6 • STAND C70

Wake Up Form en chiffres

- 4 formules tarifaires ;
- 3 employés par club ;
- 10 salles en France ;
- 10 à 15 clubs de plus en 2014 ;
- 40 machines par plateau ;
- 45 % de réabonnements ;
- 300 000 € de CA moyen.

> « La philosophie de Wake Up Form : respecter les sportifs qui jouent collectif comme les individualistes.

Des comportements qui finissent par l'exaspérer. « *J'offrais des solutions à certains clubs mais, derrière, ils ne structuraient pas, ils voulaient juste du cash, raisonnaient à court terme, or moi je ne fonctionne pas ainsi* », confie l'entrepreneur, qui se définit comme « *raisonnable déraisonné* ». « *Je ne m'investis pas dans ce domaine juste pour le business* », souligne-t-il. C'est après ce ras-le-bol qu'il décide de matérialiser sa vision du club de sport.

La licence en marche

Nous sommes en 2010 et le club Wake Up Form de Saumur commence à prendre le large – malgré les craintes avouées de son fondateur que son entreprise ne soit le « *Titanic* ». Étienne Jamin liste les éléments qui auraient pu couler son rêve : « *une zone de chalandise de trente mille habitants, située en province, une ville plutôt senior, pas un gros berceau d'emploi, pas de comités d'entreprise…* » Et pourtant, le club tourne et la licence a fait des petits.

Poitiers, Thouars, Les Herbiers, Niort, Saintes, Quimper, Vannes et un peu plus loin, Houdan et Antony en région parisienne, les villes qui accueillent un club de remise en forme sous la licence Wake Up Form se multiplient. Avec une « *vraie accélération* » en 2013. Dans son précédent poste de commercial, Étienne Jamin rappelle qu'il couvrait vingt-sept départements à lui tout seul, une expérience qu'il combine avec « *une grosse culture du travail* ». Des atouts qui, selon lui, l'ont aidé à déployer sa licence si rapidement.

S'adapter au marché

Mais au fait, pourquoi une licence de marque et pas une franchise ? L'entrepreneur considère que ce format comporte moins de contraintes pour l'exploitant. « *La licence tolère la publicité locale, les partenariats avec d'autres clubs et, de manière générale, je trouve que la franchise offre moins de largeurs dans la gestion* », explique Étienne Jamin. Ensuite, les exploitants doivent s'adapter. Comptez quatre euros de plus mensuels à Paris, où le loyer est plus élevé.

Sur ce terrain, le ton est aussi à l'adaptation. Avec ou sans engagement, Wake Up Form propose plusieurs formules de façon à ce que le client reste « *libre* ». « *J'ai souvent remarqué que les politiques de prix voulant bloquer l'adhérent sur un an ou deux, étaient lourdes car elles demandaient un passage dans un bureau ce qui donne parfois l'impression de signer un prêt immobilier…* », déplore-t-il. Lui veut être plus souple dans la tarification pour respecter son « *principe de base* » qui va de la liberté d'horaire à la liberté de durée. De dix euros la séance à l'abonnement annuel en passant par le carnet de dix séances, il veut cibler tout le monde.

Une recette qui marche

« *Verrouiller ses membres est contre-commercial* », selon le manager. Au-delà du débat sur la stratégie à adopter pour fidéliser sa clientèle, lui a décidé d'être pragmatique, « *à contre-courant* » même. Pas inquiet, il considère que « *lorsqu'on fait bien son travail, le risque est limité et cela paye* ». Wake Up Form enregistre un taux de réabonnement de 45 à 50 % sur les clubs historiques comme à Saumur, et un chiffre d'affaires moyen de 300 000 euros.

Sur le volet humain, Étienne Jamin se félicite d'avoir réussi son « *pari* » : attirer et fidéliser une clientèle éclectique. Fier, il dit que « *cela* [le] *conforte dans* [sa] *position et dans* [son] *concept* ». Fier encore de voir cohabiter des débutants, des vétérans – le doyen a 85 ans –, des « *fitness addicts* » (65 % de la clientèle), des « *musculeux* », des femmes, et d'autres.

Ne pas diviser

« *Souvent, on sépare les gens en communautés, y compris dans le fitness : on ne veut que des femmes, on ne veut pas de pousseurs*, déplore Étienne Jamin, *alors que le sport c'est la mixité.* » De plus en plus, les salles en libre accès enlèvent les haltères pour éviter d'attirer une clientèle qu'elles ne désirent pas. « *Pourquoi ? S'il y a le cadre pour, un bon manager et de l'humain, en quoi cela poserait-il un problème ?* », s'interroge, amer, le gérant. Pour lui, le coach est la courroie du manager qui doit veiller au bon déroulement des entraînements.

La volonté de fédérer des adhérents issus *a priori* de milieux différents et aspirant à des objectifs divergents est au cœur de la stratégie commerciale de Wake Up Form. « *Nous avons joué sur la mixité de notre clientèle pour ratisser le plus large possible*, indique son fondateur. *C'est ainsi que nous voyons nos adhérents échanger des conseils, et ça, c'est ma vision du sport.* »

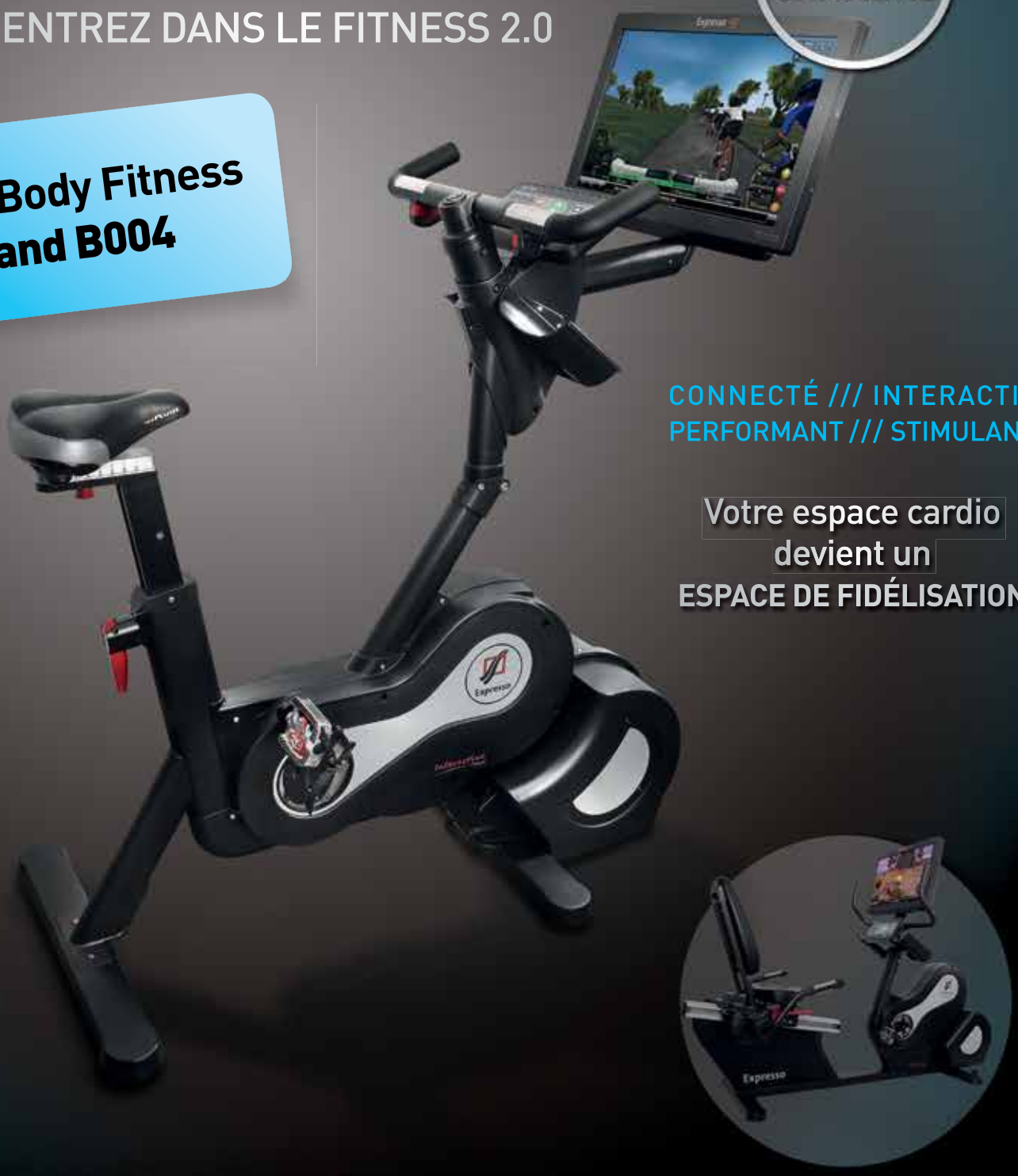
Au niveau managérial aussi, l'objectif est de rester soudé. Wake Up Form invite les nouveaux exploitants dans un « *projet global* », veut les accompagner dans un plan de carrière, du financement du projet à la mise en conformité avec les canons de la licence, en passant par la formation du personnel et l'édiction des lignes d'organisation. Étienne Jamin veut rester à l'écoute, être disponible sur le terrain pour s'adapter aux particularités de chaque club. Une quinzaine de clubs Wake Up Form devrait germer cette année en France. ■

VÉLO EXPRESSO

NOUVELLE GAMME HD

ENTREZ DANS LE FITNESS 2.0

Salon Body Fitness
Stand B004



CONNECTÉ /// INTERACTIF
PERFORMANT /// STIMULANT

Votre espace cardio
devient un
ESPACE DE FIDÉLISATION

LE VÉLO EXPRESSO,
VOS CLIENTS NE POURRONT PLUS S'EN PASSER

LA COMMUNAUTÉ EXPRESSO, C'EST :

- + de 120 clubs en France et 1400 dans le monde
- Un suivi personnalisé des progrès de vos adhérents
- Plus de 60 000 utilisateurs avec qui partager ces résultats et envoyer des défis
- Des concours, des challenges, des prix pour fidéliser vos adhérents et créer des animations dans votre club

hitech FITNESS

Distribué par HITECH FITNESS
Tel : 06 07 51 60 34 /// www.hitech-fitness.com

REJOIGNEZ-NOUS SUR FACEBOOK

PRISE EN CHARGE DE LA FEMME enceinte

> « La réalisation d'un programme d'entraînement chez la femme enceinte doit être soumise à un regard particulièrement attentif pour empêcher toute perturbation ou incident.

MOURAD BOUKHARI

Il est personal trainer et préparateur physique. DEUST et BE Métiers de la forme. Formateur dans de nombreux domaines comme le personal training, le Pilates ou le gymball à la faculté des sciences du sport de Strasbourg dans le cadre du DEUST Métiers de la forme. Professeur au club de gym L'Eau Vive.

consulting.mourad@gmail.com
www.mboukhari.fr

L'activité physique pour la femme enceinte et les bienfaits de l'exercice durant la grossesse

Comment optimiser la prise en charge de la femme enceinte dans un centre de remise en forme et quelles sont les réponses que nous pouvons apporter pour éviter les comportements à risque ?

Il est clair que la réalisation d'un programme d'entraînement chez la femme enceinte doit être soumise à un regard particulièrement attentif pour empêcher toute perturbation ou incident.
La particularité pour la femme durant cette période, est qu'elle subit des changements importants d'un point de vue tant physiologique que psychologique et ce, sur un laps de temps relativement court.
Parmi ces changements, des modifications anatomiques et une prise de poids peuvent engendrer des désadaptations susceptibles de troubler l'équilibre postural.
Cette observation nous invite à être vigilants surtout dans les cours collectifs de type cardio qui requièrent beaucoup de déplacements et de rotations pouvant engendrer des chutes et autres accrochages.
Mais au-delà des modifications anatomiques, il convient de ne pas oublier les changements physiologiques et notamment hormonaux qui créent une réorganisation des grandes fonctions durant la grossesse. Pour exemple, il est possible qu'un diabète gestationnel se manifeste. Le fait de conserver une activité physique dans cette période permet de réguler la glycémie et le niveau d'insuline.
Si la fréquence cardiaque et la pression artérielle augmentent et contribuent à l'accroissement de 20 à 40 % du débit cardiaque, il ne s'agit que d'évolutions normales de la grossesse. Celles-ci ne constituent pas un signe de dégradation de la forme physique.
Cependant, il faut rester vigilant quant à l'augmentation de la température corporelle.
En effet, le fœtus n'a pas la même capacité à dissiper la chaleur ; une trop forte élévation de la température pourrait constituer un risque pour son développement. C'est particulièrement vrai lors du premier trimestre de la grossesse où les cellules se reproduisent de manière active – un moment important !
En tant que personal trainer, nous devons donc être informés et vigilants sur les comportements de la future maman. Dans certains cas, sa volonté de maintenir son niveau d'activité pré-grossesse nous invite à lui indiquer les risques que cela comporte pour son fœtus et sa santé.
N'étant pas médecin, il nous faut prendre des précautions. Nous ne pouvons pas prendre le risque d'abonder dans le sens d'une pratiquante qui exprimerait la volonté de ne pas prendre de poids, voire d'en perdre, dans une période où son état justifierait qu'elle soit supplémentée. Il n'est pas rare d'être confronté à de « nouveaux comportements » de type mommyrexie, précisément caractérisé par une sous-alimentation dans le but de ne pas prendre de poids et de garder la ligne durant la grossesse, créant ainsi des risques pouvant altérer le développement normal du fœtus (carence en vitamines, minéraux etc.).
De même, lors de la reprise de l'activité physique après l'accouchement, il est préférable au préalable de demander à la pratiquante si la rééducation du périnée a bien été réalisée par des

www.disportex.com

Tout votre matériel au bout du clic

Très attentif à vos souhaits, ***DISPORTEX*** a sélectionné de nouveaux produits qui répondent au **DESIGN ELEGANT** du monde du **FITNESS**, aux exigences de la **TECHNIQUE** et de **SOLIDITE** par la qualité des produits retenus, sans oublier votre **BUDGET** par un excellent rapport qualité/prix.
Ces produits vous sont présentés dans notre nouveau catalogue 2011-2012 (N'hésitez pas à nous le demander, si vous ne l'avez pas reçu) ou à le CONSULTER sur notre site **www.disportex.com**

Vous pouvez passer directement vos commandes sur notre site : WWW.DISPORTEX.COM

Notre site, quotidiennement mis à jour, vous invite à profiter de promotions particulières que nous vous réservons.

DISPORTEX c'est avant tout **LE CONSEIL** !
Notre existence sur le secteur du FITNESS et des SPORTS depuis 1975 nous a permis d'acquérir une **EXPERTISE** dans la Création de salles de sport et le monde du fitness .

Ce savoir-faire nous le **mettons a votre service** pour vous aider dans la réalisation de **VOTRE PROJET**.
Nous vous conseillons, nous vous approvisionnons, nous vous installons les machines de FITNESS et de MUSCULATION.
Nous assurons également le SAV de tous nos produits.

APPELEZ NOUS AU 03.44.30.50.14
CONTACTEZ NOUS par mail DISPORTEX@DISPORTEX.FR

La volonté d'excellence depuis 1975

FITNESS PROFESSIONNEL
DISPORTEX
Depuis 1975

ZI N°2, Impasse du Pré Bernot - 60880 Le Meux
Tél. : +33 (0)3 44 30 50 14 - Email : disportex@disportex.fr

> « La grossesse s'impose comme une période particulière dans la vie d'une femme mais ne doit pas la conduire à stopper toute activité physique.

professionnels de la santé (kinésithérapeutes ou sages-femmes) pour éviter tout risque de cystocèle ou de fuite urinaire pendant la réalisation des exercices…

Recommandations dans l'entraînement :

Pour éviter les excès thermiques : éviter les exercices prolongés. Veiller à l'hydratation avant, pendant et après la séance (penser à la bouteille d'eau). Ne pas se fier uniquement au constat visuel et au niveau de sudation de la pratiquante pour évaluer l'augmentation de la température, car celle-ci n'est pas toujours accompagnée de transpiration. Penser à pratiquer dans une salle bien ventilée.
Un contrôle de la fréquence cardiaque peut être utile car de nombreuses études ont montré que l'augmentation de la température corporelle s'accompagne d'une augmentation de la FC, particulièrement lors d'exercices prolongés. Mieux vaut éviter les entraînements durant les journées chaudes, le sauna et hammam, et suggérer le port de vêtements amples et légers lors des séances.
Durant les trois premiers mois de grossesse, renoncer aux exercices avec impacts de type sauts, impulsions etc. En effet, c'est le moment où le fœtus s'accroche à la paroi utérine et il convient de limiter les vibrations. Les pratiques aquatiques répondent en partie au besoin d'exercice de la pratiquante tout en minimisant les impacts.

Cardio-training pendant la grossesse : les exercices aérobies (qui entraînent un léger essoufflement), 50 à 60 % de Fcmt «utilisation du cardio fréquence mètre», favorisent une meilleure oxygénation du placenta et peuvent contribuer à atténuer les problèmes de retour veineux (ex. jambes lourdes ou varices).

Renforcement musculaire : les exercices aident à développer ou à maintenir la force au niveau des principaux groupes musculaires (dorsaux, cuisses, fessiers, abdominaux).
Des cours collectifs de type Pilates, Swissball, stretching ou yoga, participent à l'amélioration de la qualité de la respiration et au renforcement en douceur du plancher pelvien en postnatal ou prénatal.
La grossesse s'impose comme une période particulière dans la vie d'une femme mais ne doit pas la conduire à stopper toute activité physique. Au contraire, les bénéfices de l'activité physique durant cette période sont bien établis tant sur le plan psycho-social que fonctionnel ainsi que sur la régulation du poids ou la lutte contre le stress que peut ressentir la future maman. ■

Compex®

Your intelligent training partner

PREPARATION PHYSIQUE
RECUPERATION
ANTI-DOULEUR
ESTHETIQUE

8 SEMAINES
DE COMPEX =
+27% DE FORCE*

PLUS D'INFORMATION SUR
WWW.COMPEX.INFO

*(Med Sci Sports Exec 2005)

Simple, efficace, confortable, le Compex Energy est l'allié de tous les sportifs et ceux qui prennent soin de leur corps. Ses programmes de **PREPARATION PHYSIQUE** vous permettent de développer votre force, votre endurance et renforcer votre gainage. Vous pourrez aussi mieux récupérer après un effort intense grace à ses programmes **RECUPERATION**. Dans la catégorie **ANTI-DOULEUR**, vous trouverez tout ce qu'il faut pour soulager vos douleurs articulaires et musculaires et apaiser vos jambes lourdes. Enfin, vous pourrez affiner votre silhouette, raffermir ou sculpter votre corps avec ses programmes **ESTHETIQUE**.
En tout 21 programmes pour compléter vos séances de sport !
De plus, la technologie muscle intelligence unique à Compex vous fournit une stimulation personnalisée, confortable et efficace pour des résultats prouvés.

27e Salon Mondial
Body Fitness
21.22.23 mars 2014
Paris Expo - Porte de Versailles

Rejoignez-nous sur le stand...

COMPEX
n°B017

Le Compex Energy est dédié à la stimulation des motoneurones de personnes en bonne santé afin d'améliorer / faciliter la performance musculaire, obtenir une relaxation des fibres musculaire et augmenter le débit sanguin. Il est destiné à la stimulation des nerfs sensoriels, afin d'obtenir des effets antalgiques. Ce dispositif médical est un produit de santé réglementé qui porte, au titre de cette réglementation, le marquage CE.

EHFA & FIBO lancent le 1er forum européen sur la santé et le fitness !

EUROPEAN HEALTH & FITNESS FORUM
POWERED BY EHFA AND FIBO

QUE SERA L'INDUSTRIE DU FITNESS EN 2025 ?

Comment peut-on faire la promotion de l'exercice de manière spécifique ? Dans ce contexte, quel sera le rôle des nouvelles technologies, des innovations fitness mais aussi des nouvelles stratégies de santé publique et des décideurs politiques ?

AVEC SA DEVISE « UNE EUROPE ACTIVE EN 2025 », LE PREMIER FORUM SUR LA SANTÉ ET LE FITNESS DEVIENT L'ÉVÉNEMENT D'OUVERTURE DU SALON FIBO EN 2014.

L'un des points à l'ordre du jour sera la présentation du « Plan pour la croissance / Une Europe active en 2025 », avec des études décrivant les tendances démographiques, sanitaires et économiques en Europe et examinant le rôle de la condition physique de la population. L'objectif étant l'augmentation du nombre des pratiquants dans les clubs afin de passer de 44 millions environ aujourd'hui à 80 millions en 2025.
Les organisateurs du premier forum européen Health & Fitness, qui se tiendra à Cologne le 2 avril 2014, sont le FIBO, premier salon international du fitness, du bien-être et de la santé au monde et l'EHFA, Association européenne de santé et de remise en forme. Il s'agit d'un événement unique réunissant un large éventail d'intervenants venus de toute l'Europe, à la veille du FIBO 2014. Le forum de discussion d'une journée sera suivi d'un dîner commun dans un endroit inhabituel au-dessus des toits de Cologne.

AVIS DES CHERCHEURS ET DES PRATICIENS : LE PROGRAMME

Au cours du forum, des études scientifiques de grande échelle seront présentées à l'industrie. En plus du « Plan pour la croissance / Une Europe active en 2025 », les conclusions essentielles de la nouvelle étude EHFA/Deloitte sur le marché européen de remise en forme 2014, seront divulguées. Les résultats d'une autre étude pratique, menée au Royaume-Uni sur 2 600 participants, seront également dévoilés.
Les autres thèmes du forum seront les effets économiques positifs de l'activité physique régulière. Une attention particulière sera accordée aux questions de l'entraînement et de la pratique sportive pour le groupe d'âge « 50 ans et plus », ainsi que pour les enfants et les adolescents en surpoids et obèses. Dans ce contexte, la question de savoir comment la technologie peut aider les personnes inactives à devenir physiquement plus actives sera aussi examinée.

Un événement unique réunissant un large éventail d'intervenants venus de toute l'Europe, à la veille du FIBO 2014.

Une compagnie d'assurances santé interviendra également pour nous faire partager sa vision du marché européen du fitness et ses différentes stratégies d'investissement dans ce secteur ! ■

EHFA
European Health & Fitness Association

Heubozen™ Fitness

Strong for Life

Vélo X-Pad
1670€ H.T

Elliptique X-Pad
2500€ H.T

INNOVATION

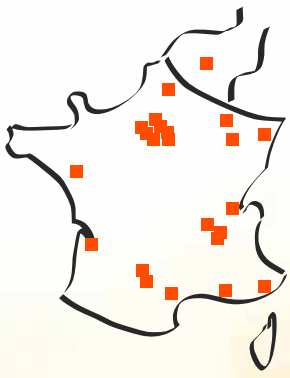
Climber X-Pad
2380€ H.T

Tous les produits de cardio training Heubozen (sauf tapis de course) sont à énergie autogénérée, c'est-à-dire qu'ils ont un impact énergétique (hors fabrication et acheminement) nul. C'est l'utilisateur qui produit l'énergie nécessaire au bon fonctionnement de l'appareil (résistance, fonctionnement des consoles…).

GARANTIE À VIE
Structure

+

GARANTIE 2 ANS
Pièces et main d'oeuvre



UNIQUE :
Un réseau de **23 centres SAV**

Pour commander :
heubozen.fr/contact
Tél : 04 76 07 38 03

www.heubozen.fr

Netquattro Sports 6 rue Jean Arnaud ZAC de Champfeuillet 38500 Voiron - Siret : 423 810 324 000 24

LA PATROUILLE de France

UNE FOIS LES FORMALITÉS DE SÉCURITÉ ET D'ACCÈS RÉGLÉES me voici plongé pour quelques heures dans l'univers de l'excellence aéronautique.
J'ai rendez-vous avec le sergent-chef Vaglio, préparateur physique en charge de l'entraînement physique de la Patrouille de France, et avec le capitaine Hauser (Athos 9 en 2013 pour les initiés) qui en est à sa quatrième et dernière année dans la Patrouille avec pas moins de 3 850 heures de vol.

PIERRE-JACQUES DATCHARRY

LA CONDITION PHYSIQUE ET LA COHÉSION sont les maîtres mots de cette formation. Le vol en patrouille serrée requiert une expertise avérée, les pilotes évoluent à des vitesses oscillant entre 300 et 800 km/h, à des distances comprises entre 2 et 3 mètres. Au cours de l'enchaînement des figures, ils subissent des accélérations variant de - 3 à + 7 G (force de gravitation).
Pour préparer au mieux les organismes à ces conditions extrêmes, un entraînement sportif hivernal quotidien est nécessaire. Il permet aux pilotes d'avancer dans les entraînements en vol et d'aborder le rythme intense de la saison des meetings en condition physique optimale. De plus, à travers la pratique régulière de sports collectifs, il développe la cohésion et la confiance, ingrédients indispensables pour cimenter l'esprit d'équipe. Le sport est aussi, et surtout, un argument de poids pour servir le recrutement de l'armée de l'air qui recrute 2 000 personnes chaque année.

Chaque hiver, l'équipe se reconstitue en intégrant trois nouveaux pilotes qui, d'entrée, attaqueront un programme physique intense afin de se mettre rapidement au niveau de leurs coéquipiers. Cette période qui s'écoule d'octobre à mai, est différente de la saison d'été mais est aussi éprouvante. « *On constitue en quelques mois notre capital santé et technique* », rappelle le capitaine Hauser.
L'entraînement physique pour toute l'équipe est d'environ deux heures par jour pendant cinq jours par semaine, à cela on ajoute les deux vols quotidiens de 9 h 30 et 12 h 30, plus, bien évidemment, les briefings et les débriefings liés

©Vanessa Denonfoux-Pourret

« Unis pour faire face »

Après les 60 ans de la Patrouille de France qui ont eu lieu en 2013, l'armée de l'air fêtera ses 80 ans cette année avec le slogan « Unis pour faire face » !

La Patrouille de France participera en 2014 :
Aux 70 ans du débarquement, le 6 juin.
À la célébration des 80 ans de l'armée de l'air, le 21 juin, sur la base aérienne de Cazaux.

> « On prépare la Patrouille comme on prépare une équipe de haut niveau de hand ou de basket. »

©Vanessa Denonfoux-Pourret

©Vanessa Denonfoux-Pourret

à chaque sortie. Ce ne sont pas moins de 120 vols hivernaux qui sont effectués par la Patrouille. « *Cette étape pour les nouveaux pilotes est très importante physiquement mais aussi mentalement, car ils doivent apprendre à piloter en patrouille à huit avions. Il y a parfois psychologiquement quelques verrous à faire sauter.* » On ne vole pas sur le dos à 30 mètres du sol spontanément, par exemple…

L'entraînement physique est en fait un mix qui allie endurance, résistance et force pour résister aux facteurs de charge. « *On prépare la Patrouille comme on prépare une équipe de haut niveau de hand ou de basket* », explique le sergent-chef Vaglio. *Ce sont des sportifs de haut niveau, ils utilisent toutes les techniques d'optimisation du potentiel. Les activités CrossFit ou les nouvelles courses comme la Spartan Race, sont toutes dérivées des entraînements militaires. Nous sommes donc plutôt en avance sur les civils. Il y a évidemment toute une partie de circuit training que nous réalisons en salle, nous possédons une vingtaine d'équipements haut de gamme Matrix avec qui nous entretenons un bon partenariat depuis quelque temps maintenant. Ici, nous faisons du sur mesure et aussi du Small Group Training car à neuf, c'est le nombre idéal pour être efficace.* »

Le capitaine Hauser me confie qu'ils renforcent plus spécifiquement le dos et la nuque qui encaissent de nombreux G. Il y a également un travail sur la souplesse articulaire des poignets afin de gérer la crispation en vol sur le manche ou les commandes. En complément de ce programme chargé, ils pratiquent également des techniques de Pilates afin de bien gérer leurs respirations en vol et d'optimiser le gainage dynamique. En effet, le pantalon anti G n'absorbe qu'un ou deux G selon la position du pilote, c'est pourquoi ils utilisent aussi des techniques de contraction des membres périphériques afin de limiter la circulation du sang.

Puis arrive la saison des meetings, de mai à octobre, où le rythme est complètement différent. Tous les entraînements hivernaux prennent alors toute leur valeur. Les semaines défilent rapidement car ils enchaînent les entraînements et les démonstrations en vol qui durent, selon les programmes, entre 20 et 30 minutes. « *Nous avons trois programmes définis par les conditions météorologiques, le "beau temps" avec un plafond supérieur à 4 500 pieds (1 350 mètres), "l'intermédiaire" de 2 500 (750 mètres) à 4 500 pieds et, enfin, le "mauvais temps" de 1 000 (300 mètres) à 2 500 pieds. Il faut ajouter à cela toutes nos missions de représentations et tous les vols de transit en Alphajet. L'été, nous devons être à 100 % de nos capacités, nous pouvons avoir des variations d'altitude jusqu'à 13 000 mètres.* » C'est de la compétition !

« *Bien évidemment, le programme paraît très chargé mais nous sommes tellement fiers de faire partie de la Patrouille de France et de montrer l'excellence de l'armée de l'air française. Depuis 1953, la Paf doit tout aux nombreux pilotes et aussi aux différentes équipes qui la composent comme la communication, les photographes, les agents d'opérations sans oublier, évidemment, tous les services techniques et les mécaniciens en particulier.* »

Une dernière question au capitaine Hauser : « *Alors qui sont les meilleurs, la Patrouille de France, les Reds Arrows (UK), les Blue Angels (USA) ou les Frecce Tricolori (Italie) ?* »

« *Ce n'est pas à nous de juger mais bien sûr au public… Nous avons à peu près les mêmes entraînements, ce qui nous différencie ce sont les avions. Nous sommes, à ce niveau, limité par les machines…* »

Alors capitaine, dans ce cas, je repose ma question : « *L'Alphajet est-il un bon avion de voltige en formation ?* »

« *Il est plus petit que certains mais c'est l'avion idéal, c'est le meilleur…* » CQFD ! ■

REEBOK

À L'OCCASION DE L'OUVERTURE DE SON PREMIER CONCEPT STORE et de sa CrossFit Box à Paris, le président de Reebok monde, Matt O'Toole, a fait une escale de quelques jours en France. Une occasion unique pour lui poser toutes les questions sur sa marque et sur le fitness !

SANDRA FRANRENET

FITNESS CHALLENGES_ Comment se porte le marché du fitness aux USA ?
MATT O'TOOLE_ Ce marché traverse actuellement une période que je qualifierais de « très excitante » ! Cette discipline est, non seulement en train de se transformer mais aussi d'exploser. Pourquoi ? Parce qu'elle a su proposer de nouveaux concepts et fédérer une communauté de gens qui partagent les mêmes valeurs et les mêmes centres d'intérêt. Avant, les gens se retrouvaient pour aller au cinéma. Aujourd'hui, ils se retrouvent dans leur club de sport ou dans un parc pour participer à une session de yoga en extérieur. La dimension sociale est devenue beaucoup plus forte. C'est flagrant quand on regarde le succès du CrossFit.

Nous voulons vraiment construire une identité forte pour les consommateurs de fitness.

Ce succès arrive en France, pays qui est en passe de devenir un vrai centre du fitness. Nous comptons d'ailleurs y prendre toute notre place !

FC_ Reebok a développé des concepts et projets très pointus en France comme le Jukari Fit to Fly. Reebok University a également connu un grand succès dans l'Hexagone, il y a 20 ans. Pourquoi avoir arrêté ces aventures ? Vu de loin, on a l'impression qu'il n'y a pas de stratégie à long terme.

MT_ Certaines marques perdent leur identité. Nous, c'est exactement le contraire : nous voulons revenir à notre identité première. Cela ne saute peut-être pas aux yeux, mais nous travaillons à cet objectif depuis plusieurs années. Nous sommes sortis de l'univers du tennis, des sports d'équipe aux États-Unis et du football, pour nous concentrer sur le fitness. Fini le recours aux catalogues comme c'était le cas il y a 20 ans ! Nous utilisons désormais les équivalents du XXIe siècle parmi lesquels le réseau « Reebok One » pour les professionnels. Il s'agit d'une sorte de Facebook qui permet aux coaches d'échanger sur les programmations, les produits, etc. Je suis convaincu que c'est le fitness au cœur de la marque qui va nous faire avancer.

FC_ Avez-vous l'ambition de devenir la marque leader dans le fitness en France et en Europe ?
MT_ Clairement oui ! Nous voulons vraiment construire une identité forte pour les consommateurs de fitness, un peu comme l'a fait Adidas dans le monde du football. Mais c'est un processus qui demande du temps.

FC_ Envisagez-vous alors d'ouvrir des « Reebok club » à Paris ?
MT_ Non, pas du tout ! Notre rôle consiste à fournir du matériel (chaussures et textile) pour le fitness et notamment pour les activités liées au CrossFit, au Spartan Race ou Les Mills™.

FC_ Reebok figure déjà dans le top 5 des équipementiers leaders dans le monde. Que vous apporte le partenariat avec Les Mills™ ?
MT_ Les Mills™ en France, ce sont 6 000 à 7 000 instructeurs en contact avec 2 millions de pratiquants chaque semaine. À l'instar de CrossFit et Spartan Race, c'est un partenaire majeur qui renforce la crédibilité de Reebok dans le monde du fitness. Ces différents partenariats nous ont conduits à concevoir des produits spécifiques pour chacune de ces pratiques. Pour nous, c'est ça la nouvelle façon de repenser le fitness ; un fitness résolument moderne qui se décline en trois dimensions : le physique, le mental et l'aspect social/communautaire. Aujourd'hui, le fitness se pratique en groupe, entre amis ou entre collègues. La plate-forme Reebok One suit cette tendance mais au niveau professionnel. Plus globalement, ces partenariats doivent nous conduire à mêler le « savoir être en forme » avec le « être bien dans sa vie ».

FC_ Envisagez-vous de développer des équipements home fitness ?
MT_ À ce jour, non. Nous n'y sommes pas opposés, mais je crois que cela ne correspond pas à l'attente des particuliers. Le fitness a acquis une dimension sociale qui se décline en groupe, à l'extérieur des maisons.

FC_ Comment voyez-vous l'avenir du fitness ?
MT_ Le fitness suit la même évolution que celle du commerce en général. Initialement, les consommateurs plébiscitaient les grands centres commerciaux. Les *malls* aux États-Unis en sont la parfaite illustration. Or, les gens délaissent aujourd'hui ces hypermarchés pour les petites boutiques plus intimistes. Les personnes qui pratiquent le fitness ont envie de se retrouver entre amis pour partager des moments conviviaux dans des centres de taille humaine qui se prêtent à cette convivialité. ■

LIGHTING BIKE

OFFRE SPÉCIALE
Salon du FiBO - 45%

Du 1er mars au 30 avril

photo non contratuelle

LA TECHNOLOGIE A UN PRIX, MAIS PAS CELUI QUE VOUS CROYEZ...

- ✓ Carénage intégral
- ✓ Patin de frein en feutre de Kevlar© inusable
- ✓ Entrainement silencieux par courroie
- ✓ Composants inoxydables
- ✓ Pédalier renforcé auto-lubrifié
- ✓ Cadre garanti 5 ans

OXYDIUM EQUIPMENT

Distributeur exclusif : +33 (0)6 21 72 87 59
infos@oxydium-equipment.com - www.oxydium-equipment.com

CHANGEZ d'état d'esprit MAINTENANT !

LE PAYSAGE ÉCONOMIQUE NE CESSE DE CHANGER, D'ÉVOLUER ET DE CRÉER DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS DE BUSINESS. Si vous voulez tirer votre épingle du jeu, vous n'avez pas d'autre choix que de vous réinventer pour vous démarquer de la concurrence et prendre une longueur d'avance. Au lieu de reproduire inlassablement ce que font la plupart de vos concurrents, pourquoi ne pas choisir une voie différente et inexploitée sur votre marché.

ANDY POIRON

Il est le fondateur du concept a.way, un centre d'entraînement innovant pour les athlètes. Formateur et consultant dans le domaine du fitness et du personal training, et acteur depuis plus de 12 ans dans l'industrie du fitness, il est l'auteur du livre *La vente en 59 conseils*.

Le coach des coaches
www.andypoiron.com
www.a-way.fr

LE FITNESS, POUR MOI, SUIT EXACTEMENT LA MÊME COURBE QUE BEAUCOUP D'AUTRES MARCHÉS, comme l'hôtellerie ou la restauration par exemple. La segmentation du produit « fitness » ne cesse de s'amplifier. Nous sommes passés d'un service « tout compris » à une multitude de micromarchés qui permettent de répondre de manière individuelle à une clientèle de plus en plus exigeante. Nous voyons apparaître des salles low cost, des clubs exclusivement féminins, des centres dédiés à la préparation physique, du très haut de gamme ou encore des studios de personal training… Il suffit de s'y intéresser, de visiter les clubs, d'aller sur des salons pour s'en rendre compte.

Depuis plus de 15 ans, je me passionne pour ce marché fascinant et, paradoxalement, déconcertant. En effet, je reste persuadé que nous pouvons jouer un rôle majeur auprès des services de santé publique. Nous avons les moyens et les compétences de « changer la vie » de la plupart des gens. Notre industrie reste néanmoins fragile et se pose parfois les mauvaises questions…
Heureusement, les mentalités changent et certains professionnels ont une vision plus large de notre métier. J'ai aujourd'hui l'opportunité d'être en relation et de travailler avec des acteurs du fitness (nombreux clubs de sport, écoles de formation et coaches sportifs) dans des pays francophones comme la France, la Suisse, les DOM-TOM et la Belgique. L'approche et la volonté de chacun sont sensiblement les mêmes : réussir à développer un savoir-faire pour élever leur niveau de compétences et proposer ainsi un service différent.
Beaucoup de professionnels aspirent désormais à entreprendre et à créer une expérience inédite. J'aime appeler cela : « **l'esprit d'initiative** ». Cet état d'esprit, je le développe depuis plusieurs années maintenant et j'ai à cœur, aujourd'hui, de le partager autour de moi. L'entreprenariat est un monde qui fait souvent peur. Vous devez pourtant, à un moment donné, y faire face si vous voulez démarrer n'importe quel projet, idée ou entreprise. Cette boule à la gorge, c'est ce que j'ai ressenti quand j'ai démarré, il y a 15 mois, **a.way**, un centre d'entraînement basé sur la culture du functional training (www.a-way.fr).

L'idée, à travers ces quelques lignes, est de vous donner envie de démarrer votre projet quel qu'il soit. Les craintes, les peurs, les hésitations que vous rencontrez sûrement, je les connais et je les vis chaque jour. Les idées que je partage ici doivent vous aider, j'en suis persuadé, à passer à l'action et à vivre pleinement la vie dont vous avez toujours rêvé. Il serait dommage de ne pas saisir cette formidable opportunité…

Si je remonte plus de dix ans en arrière, je dois dire que trop d'*a priori* m'ont empêché de me développer comme je le souhaitais. Ce sont souvent des schémas mentaux négatifs qui nous freinent dans l'accomplissement de ce que nous voulons vraiment. En étant conscient de cela, vous aurez une autre vision des choses et vous pourrez vous projeter dans ce qui vous tient réellement à cœur.

KEM votre CAPITAL Marketing!

+ de **6 ans** d'expertise
+ de **60 clubs de sport** en France
+ de **trésorerie** pour les clubs
+ de **3 packs** adaptés à vos besoins
+ aucun **frais à avancer**
» résultats **garantis** dès la 1ère semaine

contact : 06.27.43.42.50
www.kem-sys.com

Stand N° A 71

27e Salon Mondial
Body Fitness
21.22.23 mars 2014
Paris Expo - Porte de Versailles

Voici les cinq plus grands freins que nous rencontrons lorsque nous voulons entreprendre. Rassurez-vous, tous ces obstacles peuvent être surmontés, c'est ce que j'ai fait pour créer ma propre entreprise.

JE ME LANCE, **MAIS** JE COMMENCERAI DEMAIN !

Cette décision ne vous mènera à rien ! Si vous attendez le moment idéal pour vous lancer, sachez que vous ne le trouverez jamais ! Vous aurez toujours une excellente excuse pour ne pas agir et pour ne pas faire ce dont vous avez toujours rêvé. Au début de ma carrière, mon côté perfectionniste m'a écarté d'opportunités intéressantes car j'attendais toujours que les circonstances soient plus propices. Je pouvais attendre longtemps…

La procrastination est l'un des éléments les plus néfastes pour qui veut mener un projet. La règle d'or : ne jamais remettre au lendemain ce que l'on peut faire le jour même. Savoir gérer son temps et ses priorités est fondamental si vous voulez passer à l'action. Avoir une vision forte, être passionné et vouloir aider les autres sont les clés du succès.

a.way a vu le jour grâce à des circonstances favorables certes, mais surtout parce qu'à un moment, j'ai décidé qu'il était temps de sauter le pas ! La société, l'économie, notre entourage, peu de situations encouragent à se lancer. Si personne n'est derrière nous, il faut une vraie détermination pour passer à l'action. Pour moi, les premières personnes qui m'ont vraiment poussé à créer **a.way**, ce sont mes clients que je côtoyais quand je travaillais dans un club de fitness.

Avoir un réseau – même petit – intéressé par ce que vous faites, est essentiel pour démarrer. Je ne remercierai jamais assez mes premiers athlètes, devenus des amis, qui ont permis de poser les bases de ce qu'est devenu **a.way** aujourd'hui. Donc lancez-vous MAINTENANT, sondez votre marché et améliorez sans cesse votre projet !

JE ME LANCE, **MAIS** JE N'AI PAS ENVIE DE REDESCENDRE DANS L'ÉCHELLE SOCIALE !

Se lancer dans l'entreprenariat, c'est, à un moment donné, prendre des risques calculés. Personne n'a envie de perdre ce qu'il a dûment gagné depuis des années. La suite logique des choses, dans la sphère professionnelle, est d'évoluer, de changer de statut et de gagner davantage d'argent. C'est une évolution cohérente. Le changement fait peur à tout le monde. Une fois installés dans une situation, nous fonctionnons en pilotage automatique et nous rentrons dans une routine de vie qui nous contraint à accepter les choses telles qu'elles sont.

Pour moi, l'argent est important mais ce n'est pas ce qui conditionne ma vie de tous les jours. Ma motivation est profonde, elle découle de mes passions et du plaisir que j'ai tous les matins à me réveiller pour faire un métier qui me plaît.

Vous devez pouvoir vous demander concrètement ce que vous voulez faire de votre vie, et pas demain ou après-demain. Qu'est-ce qui vous exciterait vraiment et que vous pourriez faire pendant des heures, des années sans vous arrêter ? Vous avez la réponse en vous, donc trouvez-la MAINTENANT !

JE ME LANCE, **MAIS** JE NE SUIS PAS RICHE !

L'argent peut être un frein si vous voulez créer une multinationale, construire un hôtel de luxe ou acheter le football club de Barcelone. En revanche, pour développer une idée, vous avez simplement besoin d'une bonne stratégie et de persévérance.

Aujourd'hui, et encore plus avec la conjoncture actuelle, il est absolument nécessaire de maîtriser votre modèle économique. Votre projet doit être étudié, point par point, réfléchi et structuré pour réduire les risques au maximum. La règle que je me suis fixée à **a.way** : « Commencer petit et voir grand ! »

Avant de vouloir investir des sommes colossales dans votre idée (matériel, design, marketing…), pensez d'abord à satisfaire une cible de clients spécifiques. Car, si une tranche de la population est intéressée par votre service, alors vous pourrez progressivement améliorer votre concept.

Vous devez absolument vous attacher à apporter de la VALEUR à vos clients et éliminer tout ce qui est inutile. Restez focalisé sur une seule chose : vos CLIENTS ! En les comprenant parfaitement, vous améliorerez efficacement votre service. L'aspect financier ne doit pas vous arrêter ! Restez guidé par votre vision, et démarrez avec vos moyens MAINTENANT !

JE ME LANCE, **MAIS** JE NE SAIS PAR OÙ COMMENCER !

Beaucoup de personnes ne réalisent pas leurs rêves tout simplement parce qu'elles se noient dans le détail qui engendre la complexité qui engendre la procrastination. Résultat : aucune initiative.

Démarrer n'est pas si compliqué. Il faut juste savoir passer à l'action ! Et pour y parvenir, voici trois concepts clés qui vous seront très utiles :

1_ Définissez votre objectif. À quoi bon commencer quelque chose si vous ne savez pas ce que vous voulez. **a.way** a pour vocation d'être le meilleur chemin pour exprimer son TALENT.

2_ Fixez-vous des objectifs cohérents et atteignables. Améliorer ses performances sans s'être au préalable fixé des objectifs est voué à l'échec. Le business suit cette même règle.

3_ Découpez vos objectifs en tâches faciles à réaliser. Plus vous rendrez une tâche simple, plus il vous sera facile de la réussir. **a.way** se construit jour après jour simplement parce que je me fixe des objectifs clairs, simples et réalisables.

Suivez cette voie… Vous êtes bientôt arrivé. 3, 2, 1… Prêt ? Partez MAINTENANT !

JE ME LANCE, **MAIS** JE N'AI PAS ASSEZ D'EXPÉRIENCES, DE COMPÉTENCES ET DE CONNAISSANCES !

Ne croyez pas qu'en ayant un doctorat en sciences de l'entraînement et un MBA dans une prestigieuse école de commerce, vous réussirez à démarrer plus rapidement. Steve Jobs ou Bill Gates, pour ne citer qu'eux, n'ont jamais terminé leur cursus universitaire et pourtant ils ont réussi à créer deux « petites » entreprises mondiales !

Je n'ai pas dit non plus que la connaissance ne servait à rien, loin de là. Je pars du principe que nous sommes dans un cursus d'amélioration continue perpétuel. Je me rends compte, après plus de 13 années d'expérience, que plus on avance dans la connaissance moins on a l'impression d'en savoir. Notre champ d'application est tellement large que tout savoir nous prendrait plusieurs vies.

Beaucoup de personnes ne réalisent pas leurs rêves tout simplement parce qu'elles se noient dans le détail qui engendre la complexité qui engendre la procrastination. Résultat : aucune initiative.

S'il vous manque des compétences, voici **trois astuces** pour pallier ce manque :

1_ Listez les connaissances dont vous avez besoin et que vous ne maîtrisez pas encore.

2_ Rencontrez des gens d'horizons différents et sachez vous entourer des bonnes personnes. C'est une condition essentielle pour développer votre esprit d'initiative et passer réellement à l'action.

3_ Rencontrez de réels experts et surtout apprenez de ceux qui ont déjà réussi. Dans le fitness aujourd'hui, tout le monde « *a tout inventé, a tout fait et est champion du monde en tout* ». Résultat, le taux de pénétration du fitness en France est d'environ 6 % alors que nos amis européens (Néerlandais ou Anglais, par exemple) sont à plus du double ! N'y aurait-il pas un problème ?

Pour avoir cet état d'esprit d'initiative, car c'est de cela dont il s'agit, vous devez faire face à vos peurs, gommer vos lacunes et dominer vos difficultés quotidiennes. Les professionnels que j'aide au quotidien sont souvent pétris de qualité et de bonnes intentions mais ils ne savent pas forcément les mettre en forme. Concentrez-vous sur les points que je viens d'exposer, cela va vous aider, j'en suis persuadé.

Tournez le dos au conformisme, changez d'état d'esprit et avancez MAINTENANT ! ■

Pour en savoir plus :
Le coach des coaches_ www.andypoiron.com
ou envoyez un e-mail : jemelance@a-way.fr

ISG
INTERNATIONAL SPORTING GOODS

ROBUSTESSE & ÉLÉGANCE

Des qualités qui font la différence

› STRENGTH / TREADMILL / BIKE / AND MORE ‹

SportsArt FITNESS

PROFITEZ DE NOS CONDITIONS SPÉCIALES

SALON DE PARIS 2014

www.isgfit.com

Zoning de la Voie Cuivrée, 14
5503 SORINNES ▪ Belgique

TÉL. : +32 (0)82 21 38 38
FAX : +32 (0)82 21 38 30

Blog : www.isg-fit-le-blog.com
Courriel : info@isgfit.com

MATRIX

JOHNSON HEALTH TECH, AVEC LA MARQUE DE MATÉRIEL PROFESSIONNEL MATRIX, prend une place de plus en plus importante sur le marché des clubs de fitness français. Quelle est cette marque à l'histoire un peu méconnue ?
Interview exclusive de Denis Daon, directeur général de Johnson Health Tech France.

PIERRE-JACQUES DATCHARRY

FITNESS CHALLENGES_ Parlez-moi un peu de votre parcours personnel…
DENIS DAON_ Je suis un ancien gymnaste de niveau national, passionné de sport avec un entraîneur exigeant qui me suivait de très près, car c'est aussi mon père ! Et ce, pendant 20 ans. Je connais donc très bien le monde du sport de haut niveau, son exigence, sa rudesse parfois mais surtout, le plaisir qu'il peut procurer. J'ai une formation classique d'école de commerce, appuyée par une formation JL Management en Suisse.

FC_ Comment avez-vous connu Johnson et Matrix ?
DD_ C'est la résultante de plusieurs années dans le fitness et d'une volonté d'entreprendre. Arrivé à un tournant de ma vie, j'avais le besoin de mettre en place mes idées, avec une vraie volonté de service au sens large du terme. De ce fait, j'ai été approché à plusieurs reprises par le président de la filiale Johnson en Angleterre.

FC_ Matrix est une jeune marque leader sur le marché du fitness français et dans le monde, quelle est son histoire ?
DD_ Matrix aujourd'hui, ce sont 8 000 personnes dans le monde. Notre service R&D (basé à Madison – USA) représente 350 personnes, ingénieurs, designer et direction marketing. La fabrication est asiatique et le tout est orchestré par la famille Lo, famille taïwanaise et fondatrice du groupe. L'histoire remonte à 38 ans, avec l'audace de Peter Lo. Son diplôme d'instituteur en poche, il se ravisa sur la carrière qu'il avait d'abord choisie pour entrer dans le commerce. Il pensait que le commerce international serait un bon tremplin. Cette idée en tête, il acheta un annuaire des entreprises américaines et envoya des courriers aux sociétés qui lui semblaient susceptibles d'être intéressées par ses services, dans quelque domaine que ce soit. Sa quête semblait certes futile, mais pour garder du courage, il se répétait sans cesse comme un mantra : « *Je peux tout faire. Je peux tout faire…* »
Au bout de six mois d'efforts, il reçut une commande de 200 dollars américains pour « 400 barres à disques ». Il accepta immédiatement, sans avoir la moindre idée de ce que cela pouvait bien être ni où il pourrait en trouver… Ayant finalement compris que ce qu'il était censé livrer était des haltères modulables, il fit une petite enquête auprès des usines des environs. Il réalisa alors que l'offre de 200 dollars qu'on lui avait faite était trop faible pour la quantité demandée. Mais c'était trop tard pour reculer. Il acheta du métal et fit fabriquer les fameux engins. L'acheteur américain fut satisfait du résultat et renouvela sa commande. Ainsi est née la société Johnson, en 1975, à Taichung. Par la suite, c'est Ivanko, le leader du secteur aux États-Unis, qui lui passa commande pour des équipements d'haltérophilie. Grâce à un contrôle de qualité strict, en trois années à peine, la société taïwanaise devint le premier fournisseur mondial de poids et haltères, occupant 70 % du marché américain.
Aujourd'hui, ce sont 19 filiales et plus de 70 distributeurs dans le monde, 280 magasins Johnson en Asie et en Europe et quelque 5 000 produits qui sortent de nos chaînes de fabrication par jour.

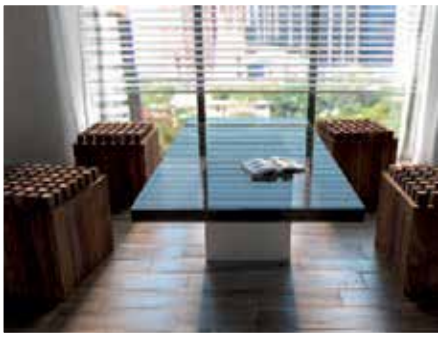
FC_ Quelle est la stratégie du groupe Johnson Health Tech avec ses différentes marques ?
DD_ Couvrir à travers nos différentes marques (Tréo, Horizon, Vision, Matrix) tous les secteurs d'activité du marché liés à la remise en forme, et ceci en réponse aux utilisateurs qui sont très demandeurs de nouveaux produits, en passant par les moyens des technologies nouvelles et actuelles (console Internet 7xi) et par la santé connectée. Aujourd'hui, depuis votre téléphone portable, un bracelet à votre poignet, vous pouvez gérer et organiser vos entraînements comme vous le souhaitez, défier vos amis où qu'ils se trouvent et jouer au fitness.

FC_ On entend souvent au détour des allées d'un salon, que tous les équipements sont fabriqués en Asie… Est-ce vraiment le cas ?
DD_ Oui, je vous le répète, comme beaucoup de grandes marques internationales, nous sommes dans un business model « *design in USA, made in Taïwan* » comme la majorité des produits high-tech (téléphones, téléviseurs, ordinateurs…) que vous utilisez tous les jours.

> **Ce qui avait commencé par de simples haltères est donc devenu un véritable exercice de style en management international.**

FC_ On dit également que la concurrence est très féroce sur le terrain et que les clients achètent avec des remises parfois énormes… Qu'en pensez-vous ?
DD_ Le marché a fortement évolué et plus de 60 % de nos résultats sont engendrés par le développement de franchises et de grands comptes. Cela génère des volumes d'achat très conséquents. Nous sommes des industriels, encore à petite échelle certes, mais ces volumes nous permettent d'acquérir les produits à des conditions d'achat très bénéfiques pour nos clients. Malgré tout, cette situation n'est pas arrivée à terme et notre marché reste encore frileux : nous avons donc encore des efforts à faire dans la décennie à venir.
À titre d'exemple, et pour avoir personnellement étudié et visité l'organisation de Toyota au Japon, nous sommes encore très loin du secteur automobile.

Wooden Fitness Innovations



Stand N° C008

27e Salon Mondial

Body Fitness

21.22.23 mars 2014

Paris Expo - Porte de Versailles

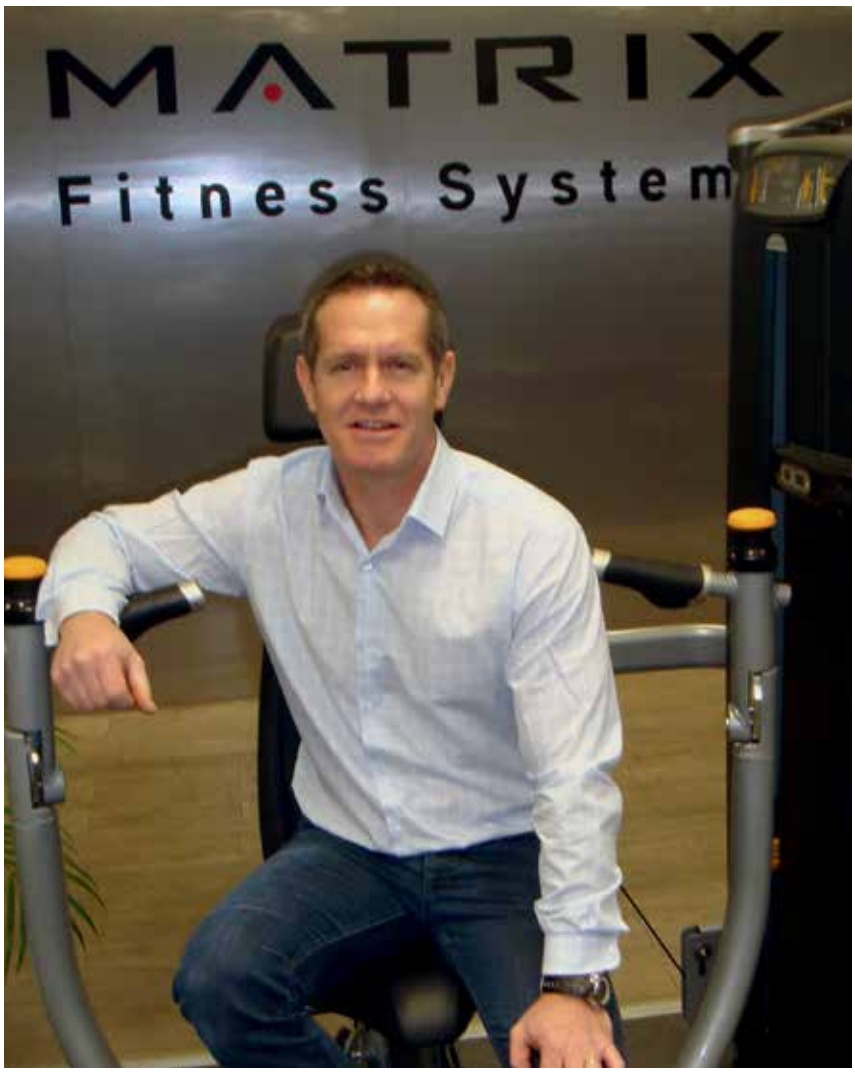
WaterRower

www.waterrower.fr

www.nohrd.fr

NOHRD

SPORT IN STYLE



Le coach personnel, qu'il soit virtuel ou réel, devient le garant de notre santé, de notre performance et de notre équilibre en milieu professionnel ou familial : la santé connectée.

FC_ Comment assurez-vous le SAV de vos équipements ?
DD_ Le service reste la clef du succès ! Nous avons bien compris que nos partenaires doivent se concentrer sur leurs activités. La mise en place d'un contrat « full service » depuis deux ans, nous a permis d'être encore plus proches de nos clients et de les libérer de ces contraintes techniques pesantes.
Chez Matrix France, nous avons mis en place une organisation nous permettant de fournir une prestation de maintenance dans un délai maximum de 72 heures avec un objectif groupe sur l'exercice 2014 à 24 heures…
Avec ce contrat de maintenance « full service » nous voulons assurer une couverture totale des coûts de maintenance engendrée par les produits, une forme d'assurance tout risque en quelque sorte.

FC_ Qu'est-ce qui vous différencie de vos concurrents ?
DD_ L'âme de Matrix ! La passion. L'unité. Chacun d'entre nous, qu'il soit du service commercial, du service après-vente ou de la logistique, a la volonté de satisfaire chaque jour nos clients. C'est une vraie résolution individuelle de bien faire. J'en profite d'ailleurs pour remercier l'engagement et la confiance accordée de tous mes collaborateurs.

FC_ À ce rythme de croissance, vous allez bientôt être l'équipementier n° 1 en France ?
DD_ Oui par évidence… et de façon factuelle. Aujourd'hui premier en Asie et troisième dans le monde sur son segment, Johnson a vu son chiffre d'affaires bondir de 33 % chaque année depuis 2005, une progression dont ne peuvent se targuer ses concurrents. L'objectif de la société est de devenir le leader mondial d'ici 2015, après quoi elle envisage de diversifier ses activités dans d'autres segments du secteur de la forme et du sport en salle. Ce qui avait commencé par de simples haltères est donc devenu un véritable exercice de style en management international.

FC_ Comment voyez-vous l'avenir des clubs de fitness et du home fitness ?
DD_ Nous vivons dans un monde de plus en plus exigeant qui demande des performances et de la réactivité. L'activité physique, quelle qu'elle soit, est un mode de vie nécessaire, obligatoire afin de combattre la sédentarité et les facteurs qui en découlent (obésité, risques cardio-vasculaires, stress, etc.). Bref, tout ce qui touche à la pathologie de la santé. Pas facile de faire son heure de footing ou de vélo, à 20 h 00 en centre-ville et encore moins en rase campagne, en plein mois de janvier ! L'activité physique ou sportive devient une réelle nécessité, tous les paramètres extérieurs nous poussent à pratiquer une activité physique régulière pour tenir le cap. Et régulière ne veut pas dire une fois le dimanche matin seulement… !
On constate qu'une multitude de technologies se sont développées pour nous renvoyer un constat complet de nos implications journalières : gestion du sommeil, consommation alimentaire, entraînement sportif. C'est très intéressant mais comment être certain d'avoir une juste interprétation de tous ces éléments ? Par évidence, il faudra qu'il y ait un lien entre les professionnels de la santé et du sport et chacun d'entre nous. Le coach personnel, qu'il soit virtuel ou réel, devient le garant de notre santé, de notre performance et de notre équilibre en milieu professionnel ou familial : la santé connectée.
Je souhaite à tous vos lecteurs un bon entraînement avec pour seule devise : faites-vous plaisir ! ■

La remise à neuf
c'est du sérieux
Salon Body Fitness
STAND
D079
21.22.23 mars 2014
Paris Expo Porte de Versailles
Life Fitness
PRECOR USA
TECHNOGYM
Moins cher que le neuf
Mieux que l'occasion
OCCASION Fitness.fr
N°1 du reconditionné
www.occasion-fitness.fr
APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE 0805 13 00 47

PRICING [2]
ou l'art de gagner plus…

… EN DIFFÉRENCIANT SES PRIX, SES OFFRES ET SES PRESTATIONS PLUS LOGIQUEMENT, VOIRE PLUS SCIENTIFIQUEMENT ! Le thème est très vaste et il couvre en fait toutes les questions de gestion que se posent les propriétaires de club. De quand augmenter à comment augmenter, en passant par prix tout inclus ou par prestation, jusqu'au dilemme de l'abonnement liberty ou annuel ou…

CHRISTIAN SAUGY

Maître de sport et santé, université Clausthal-Zellerfeld, suisse francophone. A débuté sa carrière en Allemagne avec Bodylife en 1988. Traducteur pour l'IHRSA. A collaboré à la mise en place des concepts Bodylife, Paul & Partner, Greinwalder et maintenant Kerstan Consult pour la France, la Belgique et la Suisse.

c.saugy@kerstanconsult.de
www.kerstanconsult.de

QU'EST-CE QUI, À COUP (COÛT AUSSI) SÛR, PERMET DE GAGNER LE PLUS D'ARGENT AU NIVEAU D'UN CLUB DE REMISE EN FORME ?

Ce n'est pas la gratuité du loyer, ni la remise des charges patronales, ni encore la TVA à 4 % ! Ce n'est pas que ce « genre » d'avantages ne soit pas intéressant, mais c'est surtout que, généralement, ils font uniquement partie des rêves et des songes de trop d'indépendants… Quand on « entre dans le jeu de l'indépendance », les règles sont établies : toutes les charges vont augmenter, même la TVA !

Ce qui nous fera gagner le plus d'argent, c'est une modification de paradigme… C'est-à-dire de penser autrement : lorsque les prix sont à la baisse, comme dans beaucoup de nos clubs, qui est celui qui paie le plus ? Réponse : le plus ancien client du club ! Alors que la logique voudrait que ce soit le contraire…

Donc pour vraiment commencer à gagner de l'argent, il faut augmenter ses prix et mieux fidéliser ! Donc la panacée c'est : un meilleur taux de fidélisation à un prix supérieur !

COMMENT PARVENIR À CETTE ÉVIDENCE ?

Tout d'abord s'intéresser vraiment à la « fidélisation » ! Si vous désirez que votre chat reste, il faut s'en occuper, sinon il trouvera quelqu'un d'autre qui le fera ! Tout ce qui se dit sur la fidélisation se divise en deux gros secteurs : les techniques administratives et les techniques pratiques. Malheureusement les techniques administratives sont beaucoup plus efficaces, surtout si on les « marie » à des mesures pratiques conjuguées à une communication différente.

_Exemple de mesure ADMINISTRATIVE : uniquement des contrats de 12 mois et plus, avec une reconduction tacite de 12 mois en 12 mois, répondant aux exigences de la loi Chatel !

_Exemple de mesure TECHNIQUE : nouveaux vestiaires avec nouvelles douches, restructuration des espaces, nouvelles couleurs et nouveau logo. Bref, tout ce qui peut être vu et apprécié par un maximum de clients.

_Communication DIFFÉRENTE : différencier le discours hommes-femmes, organiser des soirées d'information présentant de nouveaux concepts avant leur mise en place au club, « donner » l'accès à ces prestations ou à un circuit haut de gamme (Technogym avec clef, Milon, eGym, fle.xx) uniquement aux titulaires d'abonnements longs termes, etc.

TROIS REMARQUES

1_ De nouveaux cours collectifs ou quelques nouveaux appareils de musculation ne permettent pas de fidéliser administrativement ni d'augmenter les prix. C'est là qu'intervient le changement de paradigme dont il a été question auparavant ! Il ne faut pas confondre la recherche de nouveaux clients avec la fidélisation des anciens ! Obtenir un regain de bouche-à-oreille grâce au lancement d'un nouveau cours collectif ne signifie pas que les anciens clients vont nous être plus fidèles, surtout si le prix d'appel pour ces nouveaux clients est plus bas qu'avant !

2_ Un site Internet concerne en premier lieu et avant tout les prospects ! Une « App clients », c'est, comme son nom l'indique, très différent…

3_ Lorsque nous vendons un contrat « liberté », rien n'empêche de vendre dans la foulée un contrat de 12 mois à cette même personne, puis encore un autre de 24 mois quelques mois plus tard ! Si l'on admet que la durée moyenne des contrats en France et en Suisse Romande a une valeur moyenne de 18 mois payants, lorsque nous commençons de vendre, selon la technique ci-dessus, des contrats d'un total de près de 30 mois, le taux de fidélisation s'en trouve nettement augmenté : pour cet exemple, après deux ans, ce club disposera d'au moins 25 % de membres en plus ! Sans parler de prix plus élevés et d'une nette diminution des rabais habituels…

Cela vaut donc la peine de modifier son club, et d'investir en parallèle dans des prestations « monnayables ». Sauf, si c'est pour continuer de les mettre gratuitement à la disposition de tous, comme notre branche sait malheureusement si bien le faire ! ■

ASSUREUR •••

… des Clubs de Sport / Fitness & Centres de Mise en Forme
…des Coachs Sportifs
…des Professionnels des Métiers de la Forme - Santé - Beauté & Bien-être…

DEPUIS 1989 N° 1 EN FRANCE

ACTIFORME®

L'ASSUREUR DES METIERS DU SPORT & DE LA FORME

BIEN PLUS QU'UN NOM !... UNE PHILOSOPHIE !

01 43 50 83 82

ÉQUIPE TOTALEMENT MOBILISÉE AUTOUR DU MONDE DE LA FORME :

- Accueil - disponibilité - réactivité - étude & conseil - professionnalisme
- Cabinet spécialisé, leader du marché français
- Une équipe dédiée, à dimension humaine
- Réponses & solutions, à toute demande…

DOMAINES DE COMPÉTENCES & D'INTERVENTIONS IARD - DOMMAGES :

- Responsabilité Civile / Code du Sport
- Protection Juridique / Conseil - Défense amiable et judiciaire - Avocat
- Multirisque Incendie / Assurance du local, du contenu et de vos Pertes Financières
- Etc... / Tout contrat lié à l'Exploitation (Ex. auto - moto de l'Entreprise...)

DÉPARTEMENT PRÉVOYANCE CLUB À DESTINATION DES :

- Chefs d'Entreprises
- Managers
- Collaborateurs
- Coachs Sportifs

Contrats individuels et/ou collectifs :
Mutuelle Santé - Gérant Majoritaire - Collaborateurs en fonction de la **Convention Collective CCNS / ELAC**... - Retraite - etc...
Contact : Françoise Arzagot › contact@actiforme.fr

- Prévention « Sport Santé » / Implication dans le débat de la pratique régulière d'activités physiques...

OFFRE RETRAITE SPÉCIALE SALON FITNESS

JUSQU'AU 31 MAI 2014

ACTIFORME ASSURANCES FRANCE

Département du **Cabinet CHATENAY ASSURANCES**, **spécialisé depuis 1989** dans les domaines
SPORT - SANTE & PREVOYANCE

Tél. : 01 43 50 31 93 - contact@actiforme.fr - www.actiforme.fr

Gestion et suivi de + de 5000 Clients sur toute la France, dont + de 1000 contrats chez ACTIFORME
Territorialité : nous intervenons uniquement en France métropolitaine

N°d'immatriculations ORIAS : 07007204 et 07 007 606 - Vérification (article R 520-1 du Code des Assurances) aux coordonnées suivantes : www.orias.fr - ORIAS 1 rue Jules Lefebvre 75311 Paris Cx 11 - ACP (Autorité de Contrôle Prudentiel) 61 rue Taitbout 75436 Paris Cx 09 - TVA N° intra communautaire : non assujetti - Agence représentant Swisslife France - (accords exclusifs France) - Courtage accessoire en assurances (accords cadres et approches groupes France) et MIA. RC Nanterre A 326 815 024. Garantie financière et assurance de Responsabilité Civile Professionnelle conformes aux articles 530-1 et 530-2 du Code des Assurances.

FITNESS CHALLENGES FORMATIONS

IL N'Y A RIEN DE PLUS MONOTONE QU'UN CLUB DE FITNESS QUI RESSEMBLE À UN AUTRE CLUB DE FITNESS AUJOURD'HUI…

Même plateau cardio-training, même équipement de musculation et même planning avec les mêmes noms de cours !

Faites de la formation de vos équipes, un réel atout pour fidéliser vos équipes, perfectionner vos relations clients et créer un véritable avantage concurrentiel.

Retrouvez chaque bimestre une sélection de formations indispensables aux clubs de fitness.

Que vous soyez manager de club, commercial ou encore coach et instructeur, nous avons la formation qu'il vous faut…

Plus vous serez formé, plus vos équipes seront performantes et plus votre club se distinguera de la concurrence…

FINANCEMENT

100 % de votre formation peut être remboursée ou prise en charge par votre OPCA !

RENSEIGNEZ-VOUS VITE AU
04 84 25 12 19

PLANNING DES FORMATIONS

INSTRUCTEURS ET PERSONAL TRAINERS	VILLES	DATES
Perfectionnement pour les personal trainers	Paris	08.03
Pilates matwork niveau 1	Nice	08-09.02 & 08-09.03
Pilates matwork niveau 1	Toulouse	15-16 & 29-30.03
Core et functional training	Paris	09.02
Le Swissball training	Paris	15.03
L'entraînement fonctionnel sur ballon…	Paris	15.02 & 12.04
Coach senior : biologie du vieillissement et pathologies	Cannes	26-27-28.03
Lebert Body Weight Foundations	Paris	16.02

MANAGERS ET COMMERCIALES	VILLES	DATES
La vente d'un abonnement fitness !	Paris	28.02 & 04.04
Mieux communiquer, mieux vendre…	Paris	08.02 & 14.03
Dynamisez votre club et votre business avec les réseaux sociaux	Paris	15.02 & 12.04
Mieux communiquer, mieux manager…	Paris	24.01

Pour plus d'informations : **www.fitness-challenges.com**

TÉMOIGNAGES

"La formation sur la vente d'un abonnement est très efficace et facile à adapter dans son club. Les ateliers pratiques sont très bien pour s'entraîner et comprendre les mécanismes de vente."
Philippe - Paris

"Mieux communiquer, mieux vendre est une formation très pratique avec beaucoup d'ateliers et de mises en situation… C'est désormais pour moi un véritable atout lors de mes rendez-vous commerciaux!"
David - Paris

"Prof dans un club depuis maintenant trois ans, la formation sur le Perfectionnement en personal training avec Fred Hoffman m'a permis de faire nettement évoluer ma technique d'entraînement et de coaching. Je suis surtout beaucoup plus à l'aise lors des séances…"
Matthieu - Bordeaux

NOS FORMATEURS

CLAIRE TRÉVISANI
Diplômée de la Reims Management School, Claire a occupé avec succès pendant près de dix ans, différentes fonctions commerciales et managériales au sein du Groupe Accor, division services aux entreprises, à Paris. Aguerrie aux techniques de vente et entraînée à manager dans un contexte d'entreprise en perpétuelle mutation, elle a souhaité mettre à profit son expérience en devenant consultante formatrice. Depuis cinq ans, elle intervient en formation continue en entreprise dans les domaines de la vente, du management et de la communication. Elle enseigne également le management à la Faculté des métiers de Rennes, établissement créé conjointement par la CCI de Rennes Bretagne et la Chambre des métiers et de l'artisanat d'Ille-et-Vilaine.

STÉPHANIE DORION
Pendant dix ans, Stéphanie a acquis une expérience et des compétences dans les domaines du management, du commercial, de la formation et du recrutement notamment en tant que directrice des accueils et des ventes B to C de l'Aquaboulevard de Paris. Elle est spécialisée depuis trois ans dans l'ingénierie pédagogique, l'animation, la formation et le coaching.

FRED HOFFMAN
Auteur du livre *An Expert's Guide to Working Abroad in the International Fitness Industry*, directeur de Fitness Resources Consulting Services, consultant et Master Trainer pour le compte de sociétés telles que Reebok, TRX®, Bosu® et Gliding®, Fred Hoffman a formé des instructeurs dans près de 50 pays sur six continents. Auteur de nombreuses publications et membre du Conseil consultatif, il a été désigné IDEA Fitness Instructor 2007.

MOURAD BOUKHARI
Formateur et responsable des relations professionnelles pour le DEUST Métiers de la forme à la faculté des sciences du sport de Strasbourg. Personal trainer et préparateur physique titulaire du Brevet d'État et du DEUST Métiers de la forme, spécialisé dans l'entraînement fonctionnel. Formateur Bosu®, Swissball, etc., et dans le domaine de l'évaluation et du reconditionnement physique. Professeur au club de gym L'Eau Vive.

ÉVELYNE FRUGIER
Évelyne était volleyeuse professionnelle (équipe nationale suisse), championne de Suisse puis de France de gymnastique aérobic (5e mondiale, équipe de France). Parallèlement sa passion du sport l'a conduite à poursuivre des études orientées vers les activités physiques et la compréhension du corps en mouvement pour aller jusqu'à faire de la recherche (licence STAPS, maîtrise, DEA STAPS, trois ans de thèse sur la « Plasticité du système neuro-musculaire »). Aujourd'hui, formatrice, coach et préparateur physique (Erland Bétaré, champion d'Europe boxe WWBA, équipe de France de gymnastique aérobic durant huit ans, champions du monde), Évelyne a finalement ouvert un centre dédié à la santé par le mouvement et à la performance intelligente à Cannes.

PROGRAMMES ET PLANNING COMPLET DES FORMATIONS MANAGEMENT, COMMERCIALES, ET COACH & PT SUR :

fitness-challenges.com

N'HÉSITEZ PLUS ET RENSEIGNEZ-VOUS SUR :

formation@fitness-challenges.com

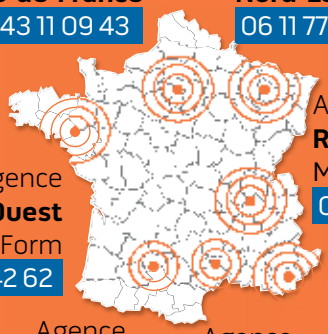
OU AU

04 84 25 12 19

7 antennes à votre service

Agence **Île-de-France** 01 43 11 09 43

Agence **Nord-Est** 06 11 77 71 70



Agence **Rhône-Alpes** M.Guiseppin 06 08 17 60 76

Agence **Ouest** Activ Form 06 63 84 42 62

Agence **Sud-Est** Riviera Fitness 06 22 06 30 96

Agence **Sud-Ouest** M.Guillart 06 28 94 36 01

Agence **Sud** M.Picard 06 20 45 09 49

Gardez vos machines en forme!

Contrat de maintenance, pièces détachées, rénovation de sellerie, ...

Commandez vos câbles sur mesure en ligne

9 terminaisons possibles !

Nouveau site Internet

fitservicesteam.com

fit team services

4 rue Frédéric Joliot Curie
93120 La Courneuve

Tél : 01 43 11 09 43
Fax : 01 48 37 91 13

contact@fitservicesteam.com

Z'FITNESS

RENCONTRE AVEC ÉVELYNE FRUGIER ET PAUL ZININI,
deux responsables de Z'FITNESS, les nouveaux cours en vidéo pour les clubs...

PIERRE-JACQUES DATCHARRY

"Notre ligne directrice est basée sur 4 piliers : la haute qualité, la sécurité optimale, la convivialité et l'efficacité.

Évelyne, pouvez-vous vous présenterez quelques mots ?

Je m'appelle Évelyne Frugier, j'évolue dans le secteur du fitness depuis 1991 comme presenter et formatrice après avoir été volleyeuse (Pro A, équipe nationale) puis gymnaste aérobic (équipe nationale). C'est durant mes études de DEA, puis en thèse de doctorat en plasticité du système neuromusculaire, que j'ai commencé à travailler dans le secteur du fitness pour pouvoir financer mes études.
Depuis 1996, je suis cadre à la Fédération française de gymnastique et responsable du projet senior. J'ai également mon école de formation Frugier Fitness School où je propose des formations de personal trainer, de coach seniors, de Pilates. Elles se déroulent à Cannes dans mon centre de personal training. J'interviens aussi dans de nombreuses structures comme formatrice et comme personal trainer dans une clinique en Suisse. Et, depuis l'année dernière, je travaille pour Z'FITNESS avec grand plaisir. C'est un nouveau challenge très motivant.

Comment avez-vous connu les cours en vidéo ?

Depuis les années 2000, j'ai fait de nombreux DVD professionnels et grand public. J'ai alors été contactée pour faire des vidéos pour des clubs qui diffusaient ces cours dans leurs centres. Je tournais avec Serge Lavelle. C'est lui qui m'a dit que ce serait bien que nous tournions pour Z'FITNESS. Comme c'est un ami, je l'ai suivi. Avec le concept de Z'FITNESS, je ne tourne pas comme pour un cours pour les professionnels, je dois imaginer que les adhérents sont en face de moi et que je leur parle.

Vous êtes maintenant directrice pédagogique et technique pour les cours en vidéo Z'FITNESS, qu'est-ce que ça veut dire exactement ?

Mon rôle consiste à avoir une analyse des cours déjà tournés et une réflexion sur les contraintes pédagogiques spécifiques aux cours en vidéo. En concertation avec Paul Zinini, nous décidons des lignes directives pour les tournages suivants. La pédagogie des professeurs est très importante dans ces cours, il faut pouvoir assurer la sécurité des pratiquants tout en répondant à leurs demandes. D'un point de vue technique, nous désirons élargir nos offres de cours avec de nouvelles techniques alliées aux techniques plus anciennes qui plaisent toujours aux pratiquants.

Ce n'est pas un peu antinomique pour une formatrice dont le but est d'améliorer les compétences des professeurs, de réaliser des cours en vidéo ?

Je suis formatrice mais aussi enseignante. Ce n'est pas du tout antinomique. Je prouve à mes élèves, mais aussi aux professeurs, que si vous êtes professionnels avec une très bonne expérience, vous pouvez donner des cours de qualité. Je pousse tout le monde à améliorer ses compétences.
Pour faire des cours en vidéo, il faut être capable de tourner en « une prise ». C'est un véritable exercice de précision dans les consignes, dans les démonstrations et dans les connexions avec les pratiquants. Les tics de langage, les bafouillages, les erreurs ne sont pas corrigibles alors il ne faut pas se rater.

Entrée
8€
au lieu de12€
sur la billetterie en ligne de
www.vivelaforme.com

© 2013 Reebok International. All Rights Reserved

Envie de Forme !

27e Salon Mondial

Body Fitness

21.22.23 mars 2014

Paris Expo - Porte de Versailles
Pavillons 6&8 - 9h30-19h

Conférences Professionnelles Bien-Être
Formation Equipements Remise en Forme
Conseils & Services Espace Club

www.vivelaforme.com - Restez connecté

Reed Expositions · Men's Health · SHAPE · Reebok · RUNNER'S · Vital · NRJ FITNESS · vivelaforme.com

En tant que formatrice, j'encourage mes élèves à faire un cours, à se filmer puis à se visionner. Ça ne pardonne pas. Eux, comme moi, peuvent voir absolument toutes les choses à améliorer. Tous les détails se remarquent : l'allure, le regard, la position du corps, des mains, la démonstration des exercices, la justesse des consignes, le placement de la voix, la qualité de la démonstration. C'est un super-exercice sans correction. C'est en cela que ce n'est pas du tout antinomique et que ça me plaît.

À quels clubs sont-ils vraiment destinés ?

À tous ! C'est ça qui est génial ! Nous pouvons rentrer dans tous les clubs de fitness. Nous proposons des cours traditionnels comme les abdos, les cuisses fessiers, les body scultp, les stretching mais aussi des cours avec matériel comme le step ou encore le Bosu®, le biking, la Power Plate®. Nous avons également des cours « Mind & Body » comme le power yoga, le Pilates, le yog'n move, des cours dansés de latunga ou d'afro move. Pour chacun des thèmes, nous avons filmé des cours débutant, intermédiaire et confirmé et nous proposons des durées de cours différentes. Les clubs peuvent trouver ce dont ils ont exactement besoin. Fin février, non seulement nous aurons 200 cours en français, mais aussi des cours en anglais.

Comment les adhérents perçoivent-ils ces cours ?

Incroyablement bien, et au-delà de mes espérances ! C'est incroyable, chaque fois que je rencontre un pratiquant, il me connaît. Il me dit qu'il suit mes cours et que c'est comme si j'étais là ! Les utilisateurs me disent également que je les corrige comme si j'étais présente et que je « sais » ce qu'ils vont faire et quand ils ont besoin d'encouragements. Ils sont bluffés. Quand ils me disent cela, je suis vraiment heureuse. C'est l'une des raisons pour lesquelles j'adore faire ces cours. Je donne mes cours en vidéo comme si j'étais avec eux dans la salle.

Est-ce vraiment engageant et motivant pour les adhérents ?

Hé oui ! Incroyable non ?
J'ai une adhérente en personal training qui ne veut s'entraîner qu'avec moi. Or, un jour, je n'étais pas libre. Alors elle a accepté de suivre un de mes cours en vidéo, à contrecœur, plus pour me faire plaisir. Quand elle est ressortie... elle n'en revenait pas ! Elle m'a dit « *on dirait que vous êtes là* ». Du coup, comme les autres adhérents, elle a essayé les autres cours avec Luis et aussi avec Serge, elle était conquise.
Au départ, les adhérents sont sceptiques mais une fois qu'ils ont essayé, ils sont enthousiasmés.

Cela ne va-t-il pas conforter les managers de clubs à ne pas embaucher de nouveaux professeurs ?

Les managers auront toujours besoin de bons professeurs et de personnel sur place. Ce sont aussi les adhérents qui décideront ! Et au contraire, cela pourra permettre aux managers de répondre à la demande de leurs adhérents dans les créneaux peu fréquentés et pour lesquels ils n'auraient pas engagé un professeur.

Paul, c'est à votre tour, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?

J'ai 53 ans, je viens du milieu sportif. J'ai d'abord obtenu un diplôme d'animation gestion d'activités physiques et de loisirs à l'université de Luminy Marseille, puis plusieurs brevets d'État, professeur d'arts martiaux, diplômé d'État (CN 4e dan de judo et ju-jitsu) au CREPS d'Aix-en-Provence. Tout au long de mon parcours, j'ai continué à appliquer ma devise de base : « *Amélioration et Apprentissage Permanent* », avec un cursus en développement personnel en tant que thérapeute, relaxologue, naturopathe et une expertise en coaching avec une quadruple formation, dont un diplôme d'étude supérieure en coaching et ressources humaines à l'université Paris 8.
Dans mes missions actuelles, je manage et j'accompagne deux entreprises dont Z'FITNESS.

Pourquoi vous êtes-vous intéressé aux cours en vidéo ?

Au départ, par nécessité professionnelle pour alimenter notre propre établissement (Univers Wellness, **www.universwellness.com**).
Aujourd'hui, après un an de développement pour **Z'FITNESS**, 18 villes, 11 sociétés et 47 salles de cours sont équipées de nos cours.

Nous voyons ces cours dans de plus en plus des clubs dits « accès libre » ou low cost. Que proposez-vous de différent ?

Sans se comparer aux autres, nous avons choisi une ligne directrice basée sur 4 piliers : la haute qualité, la sécurité optimale, la convivialité et l'efficacité. Avec 3 niveaux de progression pour chaque thématique : débutant, intermédiaire et confirmé.

Un haut niveau d'exigence est mis en avant pour transmettre l'émotion, le dynamisme, la présence, la sécurité et la joie à travers le virtuel. Pour cela, en toute modestie et avec détermination, nous avons déployé des moyens considérables avec un studio professionnel, un régisseur, trois cameramen, un éclairagiste, un ingénieur du son, une maquilleuse, une décoratrice et un technicien de montage. Mais aussi une équipe de master trainers triés sur le volet, motivés et motivants, passionnés par l'animation de leurs thématiques. Ils sont accompagnés avec bienveillance et professionnalisme, par notre directrice technique et pédagogique, Évelyne Frugier, et notre directeur du développement, Chino Sisouphanh, toujours prêt à trouver la meilleure solution.

Combien de nouveaux cours créez-vous par an ?

Aujourd'hui nous avons une base de 150 cours en français (abdominaux, cuisses et fessiers, body sculpt, stretching, Pilates, steps, Bosu®, power yoga, biking, post-natal, danse latunga, chi ball, marche, taille, yog'n move, afro move, dos/stress, spécial âge d'or, relaxation bio-dynamique et taos respiratoires) + un pack en version anglaise avec 20 cours. Notre évolution est d'environ 50 cours par an.

Vous vendez et faites de la location de cours, je crois ?

À ma connaissance, nous sommes les seuls en France à offrir trois propositions à nos clients partenaires : la vente avec usufruit à durée indéterminée de la diffusion de nos cours, la location et la location avec option d'achat. Ceci afin de permettre à chacun de trouver la formule la plus adaptée à son activité et à son budget.

Enfin dernière question, pourquoi Z'FITNESS ?

Z (et ses variantes) est un nom qui vient de la Grèce antique et qui signifie « Vie Abondante ». Nos cours de Z'FITNESS sont conçus pour stimuler, générer et cultiver la notion « d'abondance » au cœur des établissements de nos clients partenaires. ■

Z Fitness

Vos cours en 1 clic !

NOUVEAUTÉ 2014
PACK VERSION ANGLAISE

Plus de **150 COURS VIDEOS**
à **votre disposition**
dans différentes **thématiques**

NOUVEAUX COURS 2014

- > Afro Move
- > Taos respiratoires
- > Spécial Golden Age

EN EXCLUSIVITÉ pour Z'FITNESS

- > Relaxation Bio-dynamique (www.ressource-attitude.fr)
- > Yog'n Move

UNIQUE EN FRANCE

VENTE, LOCATION PURE, LOCATION AVEC OPTION D'ACHAT

C'est vous qui décidez… Nous vous offrons le meilleur !

Haute Qualité - Sécurité Optimale - Convivialité - Efficacité

PILATES

ABDOMINAUX

CUISSES / FESSIERS

BODY SCULPT

BIKING

BOSU

DANSE LA TUNGA

Une équipe de Master Trainers (D.E.) de haut niveau accompagnée par notre Directrice Technique et Pédagogique EVELYNE FRUGIER, athlète REEBOK, formatrice internationale.

STEP

MARCHE

POST NATAL

CHIBALL

POWER YOGA

STRETCHING

POWER CLASS

Des tournages réguliers pour toujours apporter de la NOUVEAUTÉ, de la CRÉATIVITÉ, de la SUBTILITÉ au cœur de vos établissements.

3 niveaux de progression pour une pratique adaptée à tous.

www.zfitness.fr

infos@fitness.fr
Tél. : 06 18 54 08 46 - Chargé du développement
Tél. : 06 98 24 95 87 - Management général

BoxMaster® : la nouvelle manière de s'entraîner à la boxe qui va étonner vos clients.

Pour la première fois, BoxMaster® présente la station d'entraînement de boxe ultime.
Le point clé de ces machines est le système à ressorts de fixation des cibles qui permet d'avoir un ressenti très réel des différents types de coups. Chaque cible a été soigneusement placée pour permettre de s'entraîner en enchaînant les combinaisons.
Le résultat est une réduction significative des risque de blessure, aussi bien pour le pratiquant que pour l'instructeur.

L'innovation n'est pas seulement le BoxMaster® en lui-même, mais les programmes qui lui sont associés.
En 30mn, vous ferez l'expérience d'une séance d'entraînement unique : 5 minutes d'échauffement suivies par 7 séquences d'enchaînements et 7 séquences de récupération active de 90 secondes. Tout au long de cette séance, vous toucherez tous les aspects de l'entraînement en aérobie et en anaérobie, pour une expérience incomparable.

Le package BoxMaster® comprend la station 4 postes et l'équipement nécessaire pour lancer un nouveau programme dans votre établissement, générateur de nouveaux revenus.

pour davantage d'informations :
contact@startrac.fr

Vidéo de présentation de Rai FAZIO

Star Trac France
181 chemin du Puissanton
06120 VALLAURIS
04 92 92 81 34
www.startrac.fr

BOXMASTER® STAR TRAC®